

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.05 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ**

Новокузнецк

Рассмотрено  
На заседании МК «ОДвЛ, Реклама»  
Протокол № 11 от 25.06.2018 г.  
Председатель МК  
\_\_\_\_\_ Е.А. Осколкова

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 мая 2014 г. приказ № 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:

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

Разработчики:

Филиппова Елена Владимировна, преподаватель I категории.

Осколкова Елена Анатольевна, преподаватель высшей категории.

Рецензент:

Кишов Александр Борисович, директор РГ «Сиберия Про»

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	33
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	40
ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	44

# **1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 «АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»**

## **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.05 «Агент рекламный» (далее программа) – является частью адаптированной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (АОП СПО ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) в соответствии с ФГОС СПО в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) по профессии 20032 Агент рекламный и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- ПК.5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
- ПК.5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
- ПК.5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
- ПК.5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
- ПК.5.5. Вести переговоры с заказчиком.
- ПК.5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
- ПК.5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
- ПК.5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
- ПК.5.9. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

## **1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального 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 получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;

### уметь:

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

### знать:

- виды рекламной деятельности;

- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы взаимодействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру организаций;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства;
- основные виды производства рекламного продукта;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

### **1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:**

всего – 492 часа, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 384 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 266 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 102 часа;

консультации – 16 часов.

- учебной практики – 36 часов;

- производственной практики – 72 часа.

## 2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) 20032 **Агент рекламный**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.3	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 5.4	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.5	Вести переговоры с заказчиком.
ПК 5.6	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
ПК 5.7	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
ПК 5.8	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.9	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
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 качества
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и



	личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Консультации, часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика			
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная 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	11		
ПК 5.1-5.9	Раздел 1. Организация рекламной деятельности	148	6	100	68	-	42	-	-	-		
ПК 5.1-5.9	Раздел 2. Основы рекламных, коммуникационных технологий	94	4	66	38	-	24	-	-	-		
ПК 5.1-5.9	Раздел 3. Современная оргтехника	48	2	34	18	-	12	-	-	-		
ПК 5.1-5.9	Раздел 4. Основы интернет-маркетинга	46	2	32	18	-	12	-	-	-		
ПК 5.1-5.9	Раздел 5. Информационные технологии в дизайне и рекламе	48	2	34	18	-	12	-	-	-		
ПК 5.1-5.9	Учебная практика, часов	36									36	-
ПК 5.1-5.9	Производственная практика, часов	72										72
<b>Всего:</b>		<b>492</b>	<b>16</b>	<b>266</b>	<b>160</b>	<b>-</b>	<b>102</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>72</b>		

\* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

\*\* Производственная практика (по профилю специальности) может проводиться параллельно с теоретическими занятиями междисциплинарного курса (рассредоточено) или в специально выделенный период (концентрированно).

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.05 «Агент рекламный»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа студентов, курсовая работ (проект)	Объем часов Макс./аудит./сам.	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>МДК 05.01</b>	<b>Организация рекламной деятельности</b>	<b>148/100/42/6</b>	
<b>Раздел 1.</b>	<b>Введение в теорию рекламы</b>	<b>8/4/4</b>	
<b>Тема 1.1.</b> Понятие рекламы. Цели и задачи рекламы	<b>Содержание учебного материала:</b> Цели, метод и задачи курса. <b>Лекция:</b> Понятие рекламы. Признаки. Цель. Функции рекламы. Попытки классификации рекламных средств.	4/2/2	<b>1</b>
	<b>Самостоятельная работа</b> конспектирование «Классификация рекламных средств»	2	
<b>Тема 1.2.</b> Роль рекламы в развитии общества рекламы	<b>Содержание учебного материала:</b>	4/2/2	<b>1,2</b>
	<b>Лекция:</b> Роль рекламы в развитии общества: экономическая, воспитательная, социальная, политическая, функция интеграции. Позитивная и негативная роль рекламы.	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Конспектирование: Позитивная и негативная роль рекламы	2	
<b>Раздел 2.</b>	<b>История развития рекламы</b>	<b>6/4/2</b>	
<b>Тема 2.1.</b> Этапы развития рекламы	<b>Содержание учебного материала:</b> Зарождение и этапы становления рекламы		<b>1</b>
	<b>Практические занятия</b> Античность. Первобытные формы рекламы: папирус, граффити, альбумсы, глашатаи, гравирование на кости, наскальные рисунки, протовывески. Средние века. Изобретение печатного станка. Развитие и становление рекламных агентств. Возникновение цеховых объединений.	2	

	<b>Практические занятия</b> Развитие рекламы в России. Формы рекламы: зазывалы, коробейники, ярмарки. Вклад русских поэтов и художников. Творчество В. Маяковского в Моссельпроме. Современные тенденции развития рекламы в России.	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка сообщений: «История развития рекламы» (по направлениям)	2	
<b>Раздел 3</b>	<b>Реклама, как результат и движущая сила развития потребительского рынка</b>	<b>6/4/2</b>	
<b>Тема 3.1.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Периоды развития потребительского рынка <b>Лекция:</b> Понятие рынка. Определение. Типы рынков. Потребительский рынок. Сегментирование потребительского рынка.. Зависимость развития рекламы от уровня развития потребительского рынка. Конкуренция ценовая и внеценовая. Нивелирование цен. Прямая и непрямая реклама	2	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b> Письменный опрос по Разделам 1, 2, 3	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка проекта «Презентация рекламного агентства» Подготовка к письменному опросу	2	
<b>Раздел 4.</b>	<b>Рекламный процесс</b>	<b>12/8/4</b>	
<b>Тема 4.1.</b> Организация рекламного процесса	<b>Содержание учебного материала:</b> <b>Лекция:</b> Организационные формы осуществления рекламы. Понятие рекламного агентства, рекламного отдела. Функции рекламного отдела. Менеджер по рекламе. Рекламный агент. Типы рекламных агентств: полного цикла, узкоспециализированные рекламные агентства. Критерии выбора рекламного агентства. Взаимоотношения агентство-клиент.	2	<b>2</b>
	<b>Лекция:</b> Структура рекламного агентства. Цели и назначение каждого из отделов.	2	
	<b>Практические занятия</b> ПР 1. Реализация проекта «Презентация рекламного агентства»	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	

	Подготовка проекта « Презентация рекламного агентства»		
<b>Тема 4 .2.</b> Общая характеристика каналов распространения рекламы	<b>Содержание учебного материала:</b> Общая характеристика каналов распространения рекламы. Малозатратные каналы распространения рекламы: <b>Лекция:</b> Директ-мейл, телефонный маркетинг, коммивояжёры, выставки-ярмарки.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
<b>Раздел 5.</b>	<b>Правовое регулирование рекламной деятельности</b>	<b>14/10/4</b>	
<b>Тема 5.1.</b> Государственное и саморегулирование рекламной деятельности	<b>Содержание учебного материала:</b> Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров и услуг. Закон РФ «О рекламе».	6/4/2	2
	<b>Практические занятия</b> Структура закона. Основные понятия согласно закону. Ответственность участников рекламного процесса.	2	
	<b>Практические занятия</b> Разбор ситуаций и анализ их соответствия закону «О рекламе». ПР2. Анализ рекламных обращений на соответствие законодательства.	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Анализ текста закона РФ «О рекламе».	2	
<b>Тема 5.2.</b> Общие и специальные требования к рекламе	<b>Содержание учебного материала:</b>	8/6/2	2
	<b>Практические занятия</b> Общие и специальные требования к рекламе. Особенности рекламы отдельных видов товаров. Кодекс рекламной практики. Нормы рекламы. ПР 3. Незаконная и мошенническая практика в рекламе	2	
	<b>Практические занятия</b> ПР 4. Реклама для детей: что можно и чего нельзя	2	
	<b>Контрольная работа</b> Контрольная работа по Разделу 5	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Анализ текста закона «О рекламе»	2	

Раздел 6.	Виды и средства распространения рекламы	82/52/26/2	
<b>Тема 6.1. Реклама в прессе</b>	<b>Лекция:</b> Реклама в прессе. Характеристики рекламы в газетах, журналах, справочниках.	13/10/3 2	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b> ПР 5. Способы увеличения читаемости	2	
	<b>Практические занятия</b> Элементы печатного исполнения: читаемость, уместность, гармоничность, акцент. ПР 6. Использование печатного шрифта, как главного графического элемента дизайна.	2	
	<b>Практические занятия</b> Основные правила анализа рекламных обращений в прессе. ПР 7. Анализ рекламных обращений в прессе	2	
	<b>Практические занятия</b> Способы привлечения внимания читателей. ПР 8. Новшества в газетной рекламе	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка тезисов «Элементы печатного исполнения».	3	
<b>Тема 6.2. Печатная (полиграфическая) реклама.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Характеристика различных видов печатной рекламы	12/8/4	<b>2</b>
	<b>Лекция:</b> Формы печатной рекламы: листовка, буклет, проспект, каталог, плакат, афиша, открытки, вкладыши. Характеристика	2	
	<b>Практические занятия</b> Композиционное построение рекламного обращения. Основные принципы композиции в рекламе. ПР 9. Принципы композиции в рекламе.	2	
	<b>Практические занятия</b> Идея рекламы. Приёмы выработки идей. ПР 10. Визуализация идеи рекламы	2	
	<b>Практические занятия</b> ПР 11. Разработка печатной листовки	2	

	<b>Самостоятельная работа</b> Проект: Формы печатной рекламы	4	
<b>Тема 6.3.</b> Телевизионная реклама	<b>Содержание учебного материала:</b> Телевизионная реклама. Особенности.	8/4/4	<b>2</b>
	<b>Лекция:</b> Телевизионная реклама. Виды. Преимущества и недостатки телевизионной рекламы.	1	
	<b>Практические занятия</b> Творческие приёмы создания TV-рекламы. ПР 12. Создание сценария телеролика	3	
	<b>Самостоятельная работа</b> Запись видеороликов: виды TV-рекламы; Подготовка сообщений: Фестивали TV-рекламы.	4	
<b>Тема 6.4.</b> Радиореклама	<b>Содержание учебного материала:</b> Особенности радиорекламы	5/3/2	<b>3</b>
	<b>Лекция:</b> Радиореклама. Правила. Преимущества и недостатки радиорекламы.	1	
	<b>Практические занятия</b> Творческие приёмы создания. ПР 13. Создание сценария радиоролика	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Прослушивание радиообъявлений и их анализ.	2	
<b>Тема 6.5.</b> Наружная реклама и реклама на транспорте	<b>Содержание учебного материала:</b> Наружная реклама: световые короба, неон, штендеры, таблички, объемные буквы, брэндмауэры, крышные установки, отдельно стоящие рекламные конструкции. Реклама на транспорте. Реклама на улицах.	10/8/2	<b>2</b>
	<b>Лекция:</b> Наружная реклама. Виды наружной рекламы: Требования.	1	
	<b>Лекция:</b> Реклама на транспорте. Виды. Преимущества и недостатки	2	
	<b>Практические занятия</b>	3	

	ПР 14. Привязка к месту установки		
	<b>Практические занятия</b> Реклама на улицах	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка к практической работе	2	
<b>Тема 6.6.</b> Сувенирная реклама. Реклама в местах продаж.	<b>Содержание учебного материала:</b> Сувенирная реклама. Реклама в местах продаж. Понятие POS-материалов. Правила оформления витрин.	12/8/4	<b>2</b>
	<b>Лекция:</b> Сувенирная реклама. Виды сувенирной рекламы. Достоинства и недостатки.	2	
	<b>Лекция:</b> Реклама в местах продаж. POS-материалы. Преимущества и недостатки. Виды.	2	
	<b>Практические занятия</b> Проект «Витрина – как средство рекламы»	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка проекта «Витрина – как средство рекламы»	4	
<b>Тема 6.7.</b> Реклама в Интернет	<b>Содержание учебного материала:</b> Реклама в сети Интернет.	5/2/3	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b> Виды рекламы в Интернет	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка сообщений: Виды рекламы в Интернет; Подготовка к практической работе	3	
<b>Тема 6.8.</b> Особенности размещения рекламы в различных СМИ	<b>Содержание учебного материала:</b> Особенности размещения рекламы в различных СМИ.	12/8/4	<b>3</b>
	<b>Практические занятия</b> Выбор СМИ под конкретного рекламодателя. ПР15. Выбор СМИ: творческий взгляд	2	
	<b>Практические занятия</b>	2	



	Эффективность применения нетрадиционных средств рекламы. ПР16. Нетрадиционные средства рекламы		
	<b>Практические занятия</b> ПР семинар. Особенности размещения рекламы в различных СМИ.	2	
	<b>Практические занятия</b> ПР. Письменный опрос по Разделу 6:	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка к семинару: «Особенности размещения рекламы в различных СМИ»	4	
<b>Раздел 7.</b>	<b>Технология продаж рекламных услуг</b>	<b>22/18/4</b>	
<b>Тема 7.1.</b> Процесс продажи рекламы	<b>Содержание учебного материала:</b> Продажи рекламных площадей и эфирного времени. Работа рекламного агента на каждом этапе.	12/10/2	2
	<b>Лекция:</b> Продажи – как процесс. Подготовка к продажам.	2	
	<b>Практические занятия</b> Поиск потенциальных клиентов. Предварительное изучение клиента ПР 17. Поиск потенциальных клиентов	2	
	<b>Практические занятия</b> Элементы успешных продаж. ПР 18. Позиционирование на рынке	2	
	<b>Практические занятия</b> Главное маркетинговое правило. ПР.19 Составление перспективного перечня клиентов	2	
	Технология продаж. ПР 20. Тренинг.	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка к письменному опросу	2	
<b>Тема 7.2.</b> Ведение переговоров с заказчиком	<b>Содержание учебного материала:</b>	10/8/2	2
	Ведение переговоров с заказчиком при личной встрече. Изложение предложения во время визита. Психология ведения переговоров. Тренинг	2	
	Ведение переговоров по телефону. Подготовка к телефонному разговору. Правила	2	

	ведения телефонных переговоров. Ведение переговоров по почте. Тренинг	2	
	<b>Практические занятия</b> Письменный опрос по Разделу	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка к контрольной работе	2	
	<b>Консультации</b>	6	
	<b>Всего по МДК.05.01</b>	<b>148/100/42/6</b>	
<b>МДК 05.02</b>	<b>Основы рекламных, коммуникационных технологий</b>	<b>94/66/24/4</b>	
<b>Раздел 1.</b>	<b>Реклама и теория коммуникаций</b>	<b>12/8/4</b>	
<b>Тема 1.1.</b> Коммуникации: понятие, виды	<b>Содержание учебного материала:</b> Введение в предмет: цели и задачи.	7/4/3	<b>1</b>
	<b>Лекция:</b> Понятие коммуникации. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Виды коммуникаций.	2	
	<b>Лекция:</b> Рекламные коммуникационные технологии	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Составление конспекта	3	
<b>Тема 1.2.</b> Схема рекламной коммуникации	<b>Содержание учебного материала:</b> Схема рекламной коммуникации	5/4/1	<b>1</b>
	<b>Практические занятия</b> ПР1. Анализ рекламной коммуникации. ПР2. Рекламная коммуникация художественно-выразительными средствами	2	
		2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка художественно-выразительных средств	1	
<b>Раздел 2.</b>	<b>Интегрированные маркетинговые коммуникации</b>	<b>26/20/6</b>	

<b>Тема 2.1.</b> Комплекс маркетинговых коммуникаций	<b>Содержание учебного материала:</b> Понятие комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Математический подход. Функция 4Р. Базовая модель маркетинга. Расширенная модель маркетинга. Дисциплины комплекса: характеристика, достигаемые цели. Синергический эффект. Специфика взаимоотношений.	26/20/6	<b>1</b>
	<b>Лекция:</b> Комплекс маркетинговых коммуникаций	2	
	<b>Лекция:</b> Сейлз-промоушн. Три типа адресатов	2	
	<b>Лекция:</b> Директ маркетинг	2	
	<b>Лекция:</b> Паблик рилейшнз. Задачи. Средства и приёмы	2	
	<b>Практические занятия</b> ПР2. Реклама в системе ИМК	2	
	<b>Практические занятия</b> ПР3. Методы продвижения товара на рынке	2	
	<b>Практические занятия</b> ПР4. Запах – мощное оружие в арсенале владельца магазина.	2	
	<b>Практические занятия</b> Мероприятия PR. Семинар.	2	
	<b>Практические занятия</b> ПР5. Составление пресс-релиза.	2	
	<b>Контрольная работа</b> Тест по Разделам 1-2	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка сообщений на темы: - история возникновения связей с общественностью; - лоббирование; - мероприятия PR; - политический PR	6	

<b>Раздел 3</b>	<b>Корпоративная айдентика</b>	<b>12/8/4</b>	
<b>Тема 3.1.</b> Идентификация товаров и фирм	<b>Содержание учебного материала:</b> Способы идентификации товаров и фирм. Нейминг. Понятие фирменного стиля, элементы фирменного стиля. Торговая марка: типы, требования. Бренд и торговая марка. Технология брендинга. Упаковка и этикетка товара – как рекламное место.	12/8/4 2	<b>1</b>
	<b>Практические занятия</b> ПР6. Особенности формирования бренда товара Тест по теме Выполнение теста по Разделу 3	2 2 2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка сообщений: 1. Особенности формирования имиджа компании 2. Бренд как составляющая имиджа компании Оценка бренда (основные характеристики бренда)	4	
<b>Раздел 4</b>	<b>Рекламная кампания</b>	<b>42/28/14/</b>	
<b>Тема 4.1.</b> Понятие рекламной кампании. Этапы планирования	<b>Содержание учебного материала:</b> Понятие рекламной кампании, классификация. Этапы планирования. Виды исследований. Определение целей и задач, целевой аудитории. Потребности и мотивы. Пирамида Маслоу	<b>11/8/3</b> 2 2 1	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b> ПР7. Разработка анкеты. ПР8. Использование потребностей для мотивации.	2 1	
	<b>Самостоятельная работа</b> Составление конспекта: Особенности рекламы оптовой, розничной торговли и промышленности.	3	
<b>Тема 4.2.</b> Определение целевой аудитории	<b>Содержание учебного материала:</b> Сегментирование потребительского рынка. Принципы сегментирования.	<b>9/6/3</b> 1	<b>3</b>
	<b>Практические занятия</b> Определение целевой аудитории ПР9. Степень пользования товарами. ПР10. Схема процесса принятия решения	1 1 1	

	ПР11. Методы сегментирования потребительского рынка	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка сообщений: - форма договора на оказание рекламных услуг (примеры договоров) - техническое задание на разработку рекламного продукта (примеры заполнения ТЗ) - креатив-бриф (примеры заполнения креатив-брифа)	3	
<b>Тема 4.3.</b> Медиапланирование	<b>Содержание учебного материала:</b> Определение рекламного бюджета. Понятие медиапланирование. Медиапланирование для различных СМИ. Выбор каналов распространения рекламы.	<b>10/8/2</b> 2 2	2
	<b>Практические занятия</b> Тест по теме Решение ситуационных задач	2 2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка сообщений: Особенности размещения рекламы в различных СМИ	2	
<b>Тема 4.4.</b> Определение эффективности проведения рекламной кампании	<b>Содержание учебного материала:</b> Эффективность проведения рекламной кампании. Экономическая и психологическая эффективность.	<b>12/6/6/</b> 2	2
	<b>Практические занятия</b> Доклады по темам сообщений	2	
	<b>Контрольная работа</b> Итоговый тест за курс	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> 1. Составление конспекта: Психологическая эффективность рекламы: основные приемы определения психологической эффективности рекламного обращения. 2. Подготовка сообщений: - примеры российских рекламных кампаний; - примеры зарубежных рекламных кампаний.	2 4	

	<b>Консультации</b>	4	
	<b>Всего по МДК.05.02</b>	<b>94/66/24/4</b>	
<b>МДК 05.03</b>	<b>Современная оргтехника</b>	<b>48/34/12/2</b>	
<b>Раздел 1.</b>	<b>Классификация офисной техники</b>	<b>10/8/2/-</b>	
<b>Тема 1.1.</b> Классификация офисной техники	<b>Содержание учебного материала:</b> Определение термина «оргтехника». Классификация офисного оборудования. Краткий обзор каждого типа офисного оборудования принадлежащего к данной классификации. Офисное оборудование в рекламном агентстве	<b>4/4/-/-</b>	<b>1</b>
	<b>Лекция:</b> Определение термина «оргтехника». Классификация офисного оборудования. Краткий обзор каждого типа офисного оборудования принадлежащего к данной классификации.	2	
	<b>Практические занятия</b> Офисное оборудование в рекламном агентстве	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
<b>Тема 1.2.</b> Принтеры, классификация, особенности и область применения принтеров различных типов	<b>Содержание учебного материала:</b> Краткая историческая справка. Классификация печатного оборудования. Матричный принтер. Принцип работы матричного принтера. Струйный принтер. Основной принцип работы струйного принтера. Лазерный принтер. Принцип работы данного устройства, его технические характеристики. Цветные лазерные принтеры. Современные модели и анализ рынка лазерных принтеров.	6/4/2	<b>3</b>
	<b>Лекция:</b> Классификация принтеров, принципы работы матричного и струйного принтеров.	2	
	<b>Лекция:</b> Лазерные принтеры: принцип работы. Современные модели	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> История появления печатных машин Технические характеристики принтера (на выбор)	2	
<b>Раздел 2.</b>	<b>Средства изготовления, хранения, транспортирования и обработки документов</b>	<b>10 / 6 / 4</b>	
<b>Тема 2.1.</b> Средства составления и	<b>Содержание учебного материала:</b> Картотеки: плоские, вертикальные, вращающиеся, элеваторные, с перфокартами,	4/2/2	

изготовления документов	микрофильмов.		
	<b>Лекция:</b> Картотеки: плоские, вертикальные, вращающиеся, элеваторные, с перфокартами, микрофильмов	2	1
	<b>Практические занятия</b> Составление картотеки для рекламного агентства	-	
	<b>Самостоятельная работа</b> Примеры различных видов картотек	2	
Тема 2.2. Средства транспортирования документов	<b>Содержание учебного материала:</b> Тросовые и ленточные конвейеры. Лифтовые транспортеры. Пневматическая почта	4/2/2	
	<b>Практические занятия</b> Классификация средств транспортирования документов	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подобрать изображения различных видов средств транспортирования документов	2	
Тема 2.3. Средства обработки документов	<b>Содержание учебного материала:</b> Адресовальные машины. Маркировальные машины. Штемпелевальные устройства. Ламинаторы. Фальцевальные, брошюровальные и листоподборочные машины.	2/2/-	1
	<b>Практические занятия</b> Применение средств обработки документов для изготовления рекламной продукции	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
<b>Раздел 3.</b>	<b>Средства копирования и размножения документов</b>	10/6/4	
Тема 3.1. Средства копирования	<b>Содержание учебного материала:</b> История появления ксерографического аппарата. Принцип работы. Технические данные. Классификация копировальной техники. Портативные ксерографические аппараты. Низкосортные копии. Офисные копии среднего класса. Копиры для рабочих групп. Специальные копии. Назначение каждой группы копиров, их возможности и наиболее популярные модели на сегодняшний день. Основные органы управления ксерографическим аппаратом. Технические характеристики изображения копии. Сканеры, их назначение, классификация, характеристики, анализ рынка.	4/2/2	1

	<b>Практические занятия</b> Классификация средств копирования и размножения документов	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Факсимильная и копировальная техника. Анализ рынка.	2	
<b>Тема 3.2.</b> Средства оперативной полиграфии	<b>Содержание учебного материала:</b> Способы печати в полиграфии: высокая, глубокая, трафаретная, гектографическая, офсетная	6/4/2	
	<b>Лекция:</b> Способы печати в полиграфии.	2	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b> Использование оперативной полиграфии для изготовления рекламной продукции	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подобрать изображения различных видов средств оперативной полиграфии	2	
<b>Раздел 4</b>	<b>Средства административно-управленческой связи</b>	<b>4/4/-</b>	
<b>Тема 4.1.</b> Средства административно-управленческой связи	<b>Содержание учебного материала:</b> Ручная и механическая перевозка документов. Система передачи информации (СП). Качественные показатели системы передачи информации. Системы административно-управленческой связи.	4/4/-	
	<b>Лекция:</b> Ручная и механическая перевозка документов. Система передачи информации (СП). Качественные показатели системы передачи информации.	2	<b>1</b>
	<b>Практические занятия</b> Классификация систем административно-управленческой связи	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
<b>Раздел 5</b>	<b>Компьютерные системы в оргтехнике</b>	<b>6/4/2</b>	
<b>Тема 5.1.</b> Системы управления электронными документами	<b>Содержание учебного материала:</b> Создание электронных документов. Источники материалов для документов: системы сканирования изображений, факсы, электронная почта, электронные таблицы, графики, чертежи. Хранение электронных документов	2/2/-	<b>2</b>



	<b>Практические занятия</b> Разработка электронного офиса (в сфере рекламного производства)	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
<b>Тема 5.2.</b> Компьютерные системы административно-управленческой связи	<b>Содержание учебного материала:</b> Модем: виды, характеристики	4/2/2	
	<b>Лекция:</b> Модем. Виды модемов. Характеристика модема.	2	2
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b> Принцип работы модема	2	
<b>Раздел 6</b>	<b>Современные средства связи</b>	<b>8/6/-/2</b>	
<b>Тема 6.1.</b> Системы передачи информации. Каналы связи	<b>Содержание учебного материала:</b> Классификация систем связи. Средства связи, как определение. Классификация территориальных средств связи. Локальная система связи, ее назначение и характеристика. Телеграф и его современные технические характеристики. Телефонная связь, историческая справка. Иерархическая структура узлов телефонной сети. Мини-АТС. Пейджинговая, транковая и сотовая связь.	6/6/-	
	<b>Лекция:</b> Классификация систем связи.	2	3
	<b>Практические занятия</b> Современные средства связи. Анализ рынка.	2	
	<b>Дифференцированный зачет (комплексный)</b> Автоматизированное место специалиста по рекламе	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
	<b>Консультации</b>	2	
	<b>Всего по МДК.05.03</b>	<b>48/34/12/2</b>	
<b>МДК.05.04</b>	<b>Основы интернет-маркетинга</b>	<b>46/32/12/2</b>	
<b>Тема 1.1</b> <b>Продвижение в</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Основные понятия маркетинга и интернет-маркетинга».	2/2/-	

<b>сети Интернет</b>	Роль интернет-маркетинга в бизнесе, целеполагание и выбор инструментов продвижения.		1
	<b>Лекция:</b> Интернет-маркетинг: основные понятия, роль в бизнесе.	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	-	
<b>Тема 1.2 Аналитика в Интернет- маркетинге</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Инструменты интернет-аналитики. Web-аналитика. Исследование компании/ продукта. КРІ и воронка продаж. Анализ и сегментирование целевой аудитории. Анализ конкурентной среды. Определение позиционирования компании и формирование уникального торгового предложения.	<b>10/6/4</b>	2
	<b>Лекция:</b> Основы аналитической работы в Интернет-маркетинге. Web-аналитика. КРІ и воронка продаж.	2	
	<b>Практическое занятие:</b> Исследование продукта и целевых аудиторий. Анализ конкурентов.	2	
	<b>Практическое занятие:</b> Позиционирование компании. Формирование уникального торгового предложения.	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Выполнение практической работы «Работа с инструментами аналитики» (исследование и анализ продукта, целевой аудитории, конкурентов). Подготовка сообщений по темам «Позиционирование», «Уникальное торговое предложение».	4	
	<b>Тема 1.3 Инструменты Интернет- маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Контекстная реклама, функциональные особенности Яндекс.Директа и Google Ads. Цели и задачи SEO-продвижения. Баннерная реклама и методы работы с ней. Основы таргетированной рекламы. Товарная реклама и маркетингплейсы. Email-маркетинг. SMM. Контент-маркетинг	
<b>Лекция:</b> Контекстная реклама.	2		
<b>Практическое занятие:</b> Запуск рекламы (Яндекс.Директ, Google Ads).	2		
<b>Лекция:</b> SEO-продвижение. Понятие поисковой оптимизации. Внешняя и внутренняя оптимизация	2	2	

	<b>Практическое занятие:</b> Методы SEO-оптимизации.	2	2
	<b>Лекция:</b> Баннерная реклама. Методы и приемы работы с баннерной рекламой.	2	
	<b>Лекция:</b> Таргетированная реклама: понятие, виды и форматы.	2	1
	<b>Практическое занятие:</b> Сервисы и настройка таргетированной рекламы.	2	2
	<b>Практическое занятие:</b> Товарная реклама и особенности ее подготовки для маркетплейсов.	2	
	<b>Лекция:</b> Email-маркетинг как эффективный канал коммуникации для бизнеса.	2	
	<b>Практическое занятие:</b> SMM. Продвижение бизнеса в социальных сетях	2	
	<b>Практическое занятие:</b> Технологии создания и распространения контента для привлечения потребителей.	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка сообщений по темам «Методы SEO-оптимизации», «Методы и приемы работы с баннерной рекламой», «Сервисы и настройка таргетированной рекламы», «SMM. Продвижение бизнеса в социальных сетях».	8	
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Дифференцированный зачет.</b> Тестирование	2	3
	<b>Консультации</b>	2	
	<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Осуществляющий трудовую деятельность по разработке и созданию дизайна рекламной продукции и способный выбирать и использовать инструменты, материалы, оборудование и технологию производства рекламного продукта в соответствии с требованиями технического задания. ЛР 18</li> <li>2. Осуществляющий анализ рынка и выявляющий требования целевых групп потребителей и способный применять полученные данные для разработки наиболее эффективных способов продвижения продуктов на рынке. ЛР 19</li> <li>3. Способный управлять своей трудовой деятельностью в процессе изготовления рекламного продукта: планировать работу в соответствии с полученным техническим заданием, работать с документацией по рекламному проекту,</li> </ol>		

	нести ответственность за результаты выполненной работы, соблюдать правовые и иные нормы, регламентирующие рекламную деятельность. ЛР 20		
		<b>Всего по МДК.05.04:</b>	<b>46/12/32/2</b>
<b>МДК.05.05</b>	<b>Информационные технологии в рекламе и дизайне</b>		
<b>Раздел</b>	<b>Работа с информацией в рекламной деятельности</b>	<b>14/10/4</b>	
<b>Тема 1.1 Информация и информационные технологии в рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие «информация», информационные технологии. Свойства информации. Информационное обеспечение рекламной деятельности.	<b>2/2/-</b>	1
	<b>Лекция:</b> Введение в дисциплину. Информация и информационные технологии в рекламе.	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	-	
<b>Тема 1.2 Исследования в рекламной деятельности.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Функции и методы исследований в рекламной деятельности. Этапы проведения. Программно-информационные ресурсы рекламных и маркетинговых исследований.	<b>6/4/2</b>	3
	<b>Лекция:</b> Рекламные исследования: понятие, классификация, этапы проведения.	2	
	<b>Практическое занятие:</b> Методы исследований в рекламе	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Составление конспекта по теме «Методы исследований в рекламе» (классификация, краткая характеристика).	2	
<b>Тема 1.3 Использование баз данных в деятельности рекламного агентства (рекламного отдела)</b>	<b>Содержание учебного материала</b> База данных: понятие, назначение, функции, требования и этапы проектирования. Программное обеспечение. Особенности ведение баз данных в рекламном агентстве (рекламном отделе).	<b>6/4/2</b>	1
	<b>Лекция:</b> База данных. Технологии работы с базами данных.	2	
	<b>Практическое занятие:</b> ПР «Разработка клиентской базы данных рекламного агентства»	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Выполнение практической работы по теме «Разработка клиентской базы данных рекламного агентства» (выполнение анализа предметной области).	2	
<b>Раздел 2</b>	<b>Программное и информационное обеспечение для разработки и создания</b>	<b>20/16/4</b>	

	<b>рекламных продуктов</b>		
<b>Тема 2.1 Программное и информационное обеспечение дизайна, макетирования и верстки. Создание презентаций</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Графические редакторы, приложения, онлайн-ресурсы, используемые в процессе разработки и создания дизайна рекламного продукта, макетирования и верстки. Работа с растровой, векторной графикой. Создание макетов по шаблону и «с нуля». Создание коротких рекламных роликов и интернет-баннеров. Мультимедийные презентации: понятие, требования к структуре и содержанию. Технологии создания мультимедийных презентаций. Интерактивные презентации: специфика создания.	<b>20/16/4</b>	
	<b>Лекция:</b> Обзор графических редакторов, приложений и онлайн-ресурсов в области дизайна, макетирования и верстки.	2	
	<b>Практические занятия:</b> Приложения и онлайн-ресурсы векторной графики. Приложения и онлайн-ресурсы для создания макетов (Supra, Canva). Приложения и онлайн-ресурсы для работы с видео.	2 2 2	
	<b>Лекция:</b> Создание мультимедийных презентаций. Приложения и онлайн-ресурсы для создания мультимедийных презентаций.	2 2	
	<b>Практические занятия:</b> Создание мультимедийной презентации на свободную тему. Создание интерактивной презентации на свободную тему.	2 2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Выполнение практической работы – отработка навыков разработки дизайна с помощью приложений и онлайн-ресурсов	4	
	<b>Раздел 3</b>	<b>Технологии создания сайтов</b>	<b>12/8/4</b>
<b>Тема 3.1 Технологии создания сайтов. Работа с конструкторами сайтов.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Сайт: понятие, классификация, назначение. Способы создания сайтов. Конструктор сайтов (Wix, Tilda, Ukit). Особенности создания и публикации лендингов.	<b>12/8/4</b>	
	<b>Лекции:</b> № 27-28 Сайт: понятие, классификация. № 29-30 Технологии создания сайтов. Конструктор сайтов.	2 2	3
	№ 31-32 <b>Практические занятия:</b> Создание лендинга с помощью конструктора сайтов.	2	
	<b>Дифференцированный зачет.</b>		3

	№ 33-34	Контрольная работа «Приложения и онлайн-ресурсы для создания рекламного продукта»)	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Выполнение практической работы – отработка навыков по созданию лендинга с помощью конструктора сайта.		4	
	<b>Консультации</b>		2	
	<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями</b> 4. Осуществляющий трудовую деятельность по разработке и созданию дизайна рекламной продукции и способный выбирать и использовать инструменты, материалы, оборудование и технологию производства рекламного продукта в соответствии с требованиями технического задания. ЛР 18			
<b>Всего по МДК.05.05:</b>			<b>48/34/12/2</b>	
<b>Всего по ПМ.05 Агент рекламный</b>			<b>492/266/102/16</b>	
<b>Экзамен квалификационный по ПМ.05</b>			<b>6</b>	
<b>УП.05.01 Учебная практика</b>	<b>Учебная практика.</b> Виды работ:		<b>36</b>	
Разработка брифа (клиентского креативного, на разработку слогана) - применение информационных и коммуникационных технологий для получения, сопровождения и реализации заказа.			12	
Создание простого текстового рекламного обращения и рекламного обращения на основе композиционного построения структурных элементов. Создание рекламного обращения на основе композиционного построения структурных элементов. Создание рекламного обращения для различных целевых групп.			18	
Выполнение практического задания «Разработка тактики продаж рекламных площадей конкретным клиентам».			6	
<b>ПП.05.01 Производственная практика</b>	<b>Производственная практика.</b>		<b>72</b>	
Оформление договорной документации при работе с заказчиком			14,24	3

Разработка рекламного обращения		36	3
Разработка макетов печатной рекламы.		14,24	3
Зачётное занятие. Отчет по практике.		7,12	3
	<b>Максимальная учебная нагрузка:</b>	<b>384</b>	
	в том числе:		
	<b>Лекции</b>	<b>106</b>	
	<b>Практические занятия</b>	<b>160</b>	
	<b>Учебная практика</b>	<b>36</b>	
	<b>Производственная практика</b>	<b>72</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>102</b>	
	<b>Консультации</b>	<b>16</b>	

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

### **4.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация профессионального модуля требует наличия кабинета проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерного дизайна, полигона «мини-типография»:

#### Учебный кабинет «Проектирование рекламного продукта»

##### Оборудование:

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

##### Технические средства обучения:

- персональные компьютеры;
- программное обеспечение общего назначения (пакет офисных программ);
- программное обеспечение прикладного назначения: графические редакторы векторной и растровой графики;
- мультимедиа проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- принтер – 2 шт.;
- графический планшет – 6 шт.;
- доступ к глобальной сети Интернет; локальная сеть.

##### Комплекс методического обеспечения:

- УМК по междисциплинарным курсам: МДК.05.01, МДК.05.02, МДК.05.03, МДК.05.04, МДК.05.05;
- наглядные пособия (образцы рекламной продукции).



## Лаборатория «Компьютерного дизайна»

### Оборудование:

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

### Технические средства обучения:

- персональные компьютеры;
- программное обеспечение общего назначения (пакет офисных программ);
- мультимедиа проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- принтер – 2 шт.;
- графический планшет – 6 шт.;
- доступ к глобальной сети Интернет; локальная сеть;
- программное обеспечение прикладного назначения: графические редакторы векторной и растровой графики;
- программы просмотра изображений.

## Полигон: мини-типография

### Оборудование:

- автоматизированное рабочее место обучающегося (ПК) – 2 шт.,
- фотопринтер - 1 шт.,
- многофункциональное устройство (МФУ) – 1 шт.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную практику, проводимую концентрированно в 1 семестре и производственную практику, проводимую в 1 и 2 семестрах (промежуточная аттестация учебной и производственной практик - дифференцированный зачет в форме отчета).

## 4.2. Информационное обеспечение обучения

### Основные источники:

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/407252>.

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/404790>.

### Интернет-ресурсы:

1. Sostav : портал о рекламе, маркетинге и PR в России / Независимый проект брендингового агентства Depot WPF. — Москва, 2018. - URL: <https://www.sostav.ru/>. — Текст: электронный.
2. Новости рекламы, маркетинга и PR : портал о рекламе, инструментах маркетинга, рекламы и PR для рекламодателей. - Москва, 2018. - URL: <http://www.advesti.ru/>. — Текст: электронный.
3. ЮРАЙТ : электронная библиотечная система: сайт. — Москва, 2018. — URL: [https:// biblio-online.ru](https://biblio-online.ru).

### Периодические издания:

1. Индустрия рекламы : информационно-справочный портал по теории и практике рекламной деятельности. / – Москва, 2018. – URL: <https://adindustry.ru/magazine/>. – Текст: электронный.
2. Реклама. OutdoorMedia : профессиональный отраслевой портал / редакция Outdoor Media и Outdoor.ru. – Москва, 2018. - URL: <https://www.outdoor.ru/>. – Текст: электронный.
3. [кАк) : журнал о графическом дизайне. / Студия «Дизайн Депо». – Москва, 2018. – URL: <https://kak.ru/>. – Текст: электронный.

#### Комплекс методического обеспечения профессионального модуля.

1. Комплект учебно-методических пособий «Основы рекламных, коммуникационных технологий».
2. Методические рекомендации по оформлению отчета по производственной практике.

### **4.3 Организация образовательного процесса**

Освоение программы профессионального модуля ПМ.05 «Агент рекламный» базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин: экономика организации, рисунок с основами перспективы, живопись с основами цветоведения, композиция; история изобразительного искусства; безопасность жизнедеятельности.

Аудиторные (теоретические) занятия проводятся в кабинете проектирования рекламного продукта, практические занятия и учебная практика осуществляются в лаборатории компьютерного дизайна и кабинете проектирования рекламного продукта.

Во время самостоятельной работы обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет. Каждый обучающийся обеспечен доступом к комплектам библиотечного фонда, состоящего не менее чем из трёх наименований, обеспечен не менее чем одним учебным печатным или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу.

Реализация рабочей программы модуля предполагает учебную и производственную практики. Учебная практика проводится по месту

обучения (ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда России) концентрированно в 1 семестре, производственная практика проводится концентрированно в 1 и 2 семестрах. Формой промежуточной аттестации по учебной и производственной практикам является дифференцированный зачет. Результаты прохождения учебной практики по модулю учитываются при проведении квалификационного экзамена.

Формой промежуточной аттестации по профессиональному модулю ПМ.05 «Агент рекламный» является экзамен (квалификационный).

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

Реализация основной профессиональной программы по специальности 42.02.01 «Реклама» обеспечена педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю профессионального модуля ПМ.05 «Агент рекламный». Преподаватели имеют опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

#### **4.5. Организация обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в рамках освоения профессионального модуля**

Профессиональное обучение обучающихся 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 обучающимся инвалидам создаются 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;
- мультимедийный компьютер;
- средства видеоподдержки учебного процесса (компьютер с доступом в Интернет, видеопроектор, экран);
- средства аудиоподдержки учебного процесса (аудиосистема);

Специальные образовательные и реабилитационные технологии:

1. ОТО – ординарные технологии обучения:

- лекционный материал:
- для слабовидящих - аудиоматериал;
- для слабослышащих – видеоматериал с субтитрами, курс лекций на электронном носителе;
- слайды, презентации.

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;
- 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.

### 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).

### ***Формы организации занятий:***

- групповая, парная, индивидуальная;
- организация смены деятельности: время отдыха, выполнение расслабляющих, физических упражнений, предоставление материала в форме, способствующей концентрации внимания и т.п.;
- система мер, направленных на устранение или возможно более полную компенсацию ограничений жизнедеятельности.

## 5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные ПК)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК.5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	Обоснованное применение методов и способов поиска и привлечения клиентов. Качество организации поиска и привлечения клиентов.	<p><b>Формы контроля обучения:</b> индивидуальные, групповые, фронтальные, практические работы, тестовые задания, самостоятельная работа.</p> <p><b>Методы оценки результатов обучения:</b> устный опрос, индивидуальный опрос, тестирование, письменные проверочные работы, самостоятельные работы, контрольная работа, выполнение практических заданий,</p>
ПК.5.2 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	Качество выполнения предоставленных услуг. Владение методами работы с клиентом. Точность и скорость выполнения рекламных услуг в соответствии с заказом.	
ПК.5.3 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	Соблюдение требований стандартов по оформлению типовой документации. Умение составлять и оформлять различные формы договорной документации.	
ПК.5.4 Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	Знание правовых норм, регулирующих взаимоотношения по оказанию услуги Соответствие изготавливаемой продукции и услуг правовым нормам	
ПК.5.5 Вести переговоры с заказчиком.	Обоснованность выбора методов ведения переговоров с заказчиком. Владением методиками ведения переговоров. Соблюдение правил ведения деловых переговоров и презентаций	
ПК.5.6 Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.	Способность использовать офисную оргтехнику при получении и оформлении заказа; Точность определения и обоснованный выбор информационно-коммуникационных технологий при получении и оформлении рекламного заказа.	
ПК.5.7 Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Соблюдение правил ведения деловых переговоров; Умение ориентироваться в области технологии производства рекламного продукта.	
ПК.5.8 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Соблюдение правил проведения рекламных акций. Точность исполнения поставленной	

	задачи в рамках проведения рекламной акции.	
ПК.5.9 Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	Соблюдение правил ведения деловых переговоров; Демонстрация уровня компетентности в области размещения рекламного продукта.	
<b>Результаты (освоенные ОК)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Понимание сущности и социальной значимости специальности «Рекламы». Участие во внеучебной работе, связанной с будущей специальностью (участие в конкурсах профессионального мастерства, посещение специализированных выставок и т.п.). Выступление на научно-практических конференциях.	<b>Формы контроля обучения:</b> индивидуальные, групповые, фронтальные, практические работы, тестовые задания, самостоятельная работа.  <b>Методы оценки результатов обучения</b>
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качества	Выбор методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества. Способность организовывать собственную деятельность.	устный опрос, индивидуальный опрос, тестирование, письменные проверочные работы, самостоятельные работы,
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Способность анализировать профессиональные ситуации. Способность принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	контрольная работа, выполнение практических заданий
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Способность осуществлять поиск и использовать информацию, необходимую для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Способность использования различных источников, включая интернет, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.	
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные	Умение использовать в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного	



технологии в профессиональной деятельности.	обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Умение работать и взаимодействовать: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов); - с преподавателями, мастерами в ходе обучения; - с потребителями и коллегами в ходе производственной и учебной практики.	
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Способность к самоанализу и коррекции результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов). Ответственность за результат выполнения заданий (проектов).	
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития. Умение заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Способность адаптироваться к изменяющимся условиям профессиональной деятельности. Проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность. Владение основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Использование приемов межличностного общения в процессе обучения. Умение преодолевать коммуникативные барьеры. Обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	

**Разработчики:**

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

Преподаватель первой категории Филиппова Е.В.

Преподаватель высшей категории Осколкова Е.А.

