

РАССМОТРЕНО
на заседании методической комиссии
ГБПОУ «ТКСиТ»
Протокол № 1 31 августа 2020 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.А. Кузнецова
31 августа 2020 г.

СОГЛАСОВАНО
Зам. директора по УМР ГБПОУ «ТКСиТ»
_____ Е.П. Розова
Зам. директора по УПР ГБПОУ «ТКСиТ»
_____ Е.С. Рязанцева
31 августа 2020 г.

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«Тверской колледж сервиса и туризма»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ
ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ
20032 «АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»**

МДК.05.01 Организация деятельности по работе с заказчиком

МДК.05.02 Размещение и сопровождение заказа

для
42.02.01 Реклама

2023 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама (утв. Приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510) и Приказа Минтруда России от 19.02.2019 №95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» для специальности 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: ГБПОУ «ТКСиТ»

Разработчики:

Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель

©ГБПОУ «ТКСиТ»

© Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	19

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ 20032 «АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»

1.1. Область применения примерной программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама**.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности: выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

1.2.1. Перечень общих компетенций

Код ОК	Индикаторы достижения компетенции
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код ПК	Индикаторы достижения компетенции
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
ПК 5.3	Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге
ПК 5.4	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы
ПК 5.5	Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы

1.2.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> - осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов; - работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; - ведения переговоров с клиентом; - консультирования клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге; - использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при работе с клиентом, заказчиком рекламы; - использования современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы; - установления контакта со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы;
уметь	<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных; - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры; - принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя; - контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламы; - применять различные средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг; - осуществлять выбор средств рекламы для проведения рекламных мероприятий; - использовать компьютерную технику в рекламной деятельности; - пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий. - оцифровывать текстовую и графическую информацию;
знать	<ul style="list-style-type: none"> - виды и направления рекламной деятельности; - средства рекламы и средства распространения рекламы; - субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; - средства оргтехники и требования безопасности труда; - правила составления оригиналов текстовых документов; - средства копирования и оперативного размножения документов; - средства связи с субъектами рекламного процесса; - направления рекламной работы; - средства рекламы, применяемые в рекламных мероприятиях; - средства компьютерной обработки рекламной информации при проведении презентационных мероприятий. - основные виды производства рекламного продукта

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – **360** часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося МДК.05.01 – **84** часа;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – **42** часа;

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося МДК.05.02 – **84** часа;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – **42** часа;

учебной и производственной практики всего – **108** часов:

учебной практики – **36** часа;

производственной практики – **72** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
ПК 5.3	Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге
ПК 5.4	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы
ПК 5.5	Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 «Агент рекламный»

Коды ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	в т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
				Обязательные аудиторные учебные занятия			внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа	УП, часов	ПП, часов
				всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. лабораторные занятия, часов	всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 5.1 – 5.5	МДК.05.01 Организация деятельности по работе с заказчиком	126	48	84	48	-	42		
ПК 5.1 – 5.5		126	48	84	48	-	42		
ПК 5.1 – 5.5	Учебная практика	36	36					36	
	Производственная практика	72	72						72
	Всего:	360	204	168	72	-	84	36	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 «Агент рекламный»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, практических занятий, внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся	Объем часов
МДК.05.01 Организация деятельности по работе с заказчиком		126
Раздел 1. Поиск и привлечение клиентов		8+18вср
Тема 1.1. Основы организации рекламной деятельности предприятий	Содержание учебного материала	4
	1 Рекламная деятельность. Виды рекламной деятельности и их классификация	1
	2 Особенности рекламной деятельности. Особенности рекламной деятельности учреждений, предприятий, фирм и (прочее): цели и задачи, направления рекламной деятельности, используемые средства и носители рекламы, рекламные мероприятия.	1
	3 Средства распространения рекламы, применяемые организацией в ходе рекламной деятельности. Выбор средств распространения рекламы	1
	4 Рекламный отдел и его функции. Его структура, участники рекламного процесса. Планирование рекламной работы на предприятии.	1
Внеаудиторная самостоятельная работа:		6
1. Подготовка реферата.		
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		
1.1 Виды рекламной деятельности (6).		
Тема 1.2. Взаимодействие рекламного агентства и рекламодателя	Содержание учебного материала	4
	5-6 Рекламные услуги. Виды рекламных услуг. Классификация рекламных услуг. Понятие о выборе рекламного агентства. Рекламные агентства, их задачи и функции. Виды рекламных агентств, особенности их деятельности	2
	7 Основные направления взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства. Переговоры с заказчиком. Осуществление агентом в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	1
	8 Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. Документационное сопровождение рекламного заказа. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	1
Внеаудиторная самостоятельная работа:		12

1. Подготовка доклада, сообщения.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Рекламные услуги (6).			
1.2 Оформление договора (6).			
Раздел 2. Ведение переговоров с заказчиками и производителями рекламы			18+вср18
Тема 2.1. Психологические особенности рекламного воздействия	Содержание учебного материала		1
	9	Типы клиентов для продаж и оказания рекламных услуг. Их характеристика. Определение типа. Определение типа клиентов на практике.	1
Тема 2.2. Способы построения доверия и фокусировки внимания у заказчика	Содержание учебного материала		2
	10	Тональность и темп речи заказчика. Подстраивание под тональность и темп речи заказчика.	1
	11	Процесс заказа. Вовлечение заказчика в процесс заказа.	1
Тема 2.3. Презентация рекламного предложения	Содержание учебного материала		2
	12-13	Презентация товаров, услуг. Основные элементы презентации товаров и услуг (функции, классификация, методы, план). Способы проведения эффективной презентации (цель, задачи, типы и т.д.)	2
Тема 2.4 Техника работы с возражениями	Содержание учебного материала		2
	14	Типы возражений. Стратегия работы с возражениями в личной беседе. Позитивная и негативная реакция агента на возражения.	1
	15	Способы присоединения к возражениям. Техника ответа на возражения.	1
Тема 2.5. Проведение телефонных переговоров	Содержание учебного материала		2
	16	Телефонные переговоры. Возможности и опасности при телефонных переговорах.	1
	17	Правила исходящего звонка. Правила входящего звонка.	1
Тема 2.6. Стратегия переговоров о цене	Содержание учебного материала		2
	18	Процесс торга (изложение позиций сторон). Торг и сближение позиций. Закрепление взаимных договоренностей.	1
	19	Переговоры о цене. Три стратегии поведения при переговорах о цене.	1
Внеаудиторная самостоятельная работа:			12
1. Разработка презентации.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Изучение товара (12).			
Тема 2.7. Основные этапы поиска клиента	Содержание учебного материала		6
	20-21	Изучение товара. Изучение собственного товара в соответствии с деятельностью	2

		организации и по всем характеристикам товара/услуг.	
	22-24	Разработка закрытых и открытых вопросов для изучения потребностей. Выявление наиболее продаваемых позиций (виды товаров, опрос заказчиков и анализ результатов опроса).	3
	25	Изучение потребностей и возможностей клиента (база данных клиентов, их деятельность, возможности и рекламный бюджет).	1
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка сообщения.			6
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 Установление контакта (6).			
Тема 2.8. Основные этапы в процессе привлечения клиента	Содержание учебного материала		3
	26	Установление контакта с заказчиком (клиентом). Формирование первого впечатления. Вербальное и невербальное общение.	1
	27	Завершение переговоров (основные задачи, методы завершения продаж, ошибки при продажах). Презентация коммерческого предложения (избирательность презентуемых свойств, точки воздействия).	1
	28	Способы поиска и привлечения клиентов. Самореклама. Переговорный процесс с заказчиками (клиентами). Способы решения конфликтов.	1
Раздел 3. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя			3
Тема 3.1. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	Содержание учебного материала		3+всрб
	29	Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, пабликрилейшнз, прямой маркетинг, спонсоринг, брэндинг. Направления рекламной работы.	1
	30	Изучение СМИ и работа с ними по вопросам размещения рекламы. Общие характеристики средств массовой информации (визуальные, аудиальные, аудиовизуальные). Формирование общественного мнения взаимодействия средств массовой информации	1
	31	Исследование средств массовой информации (база данных). Приобретение рекламного носителя: (периодическая печать, радио, телевидение, документальное кино). Правила составления макета для рекламы в средствах массовой информации.	1
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка реферата.			6
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 СМИ и работа с ним по вопросам размещения рекламы (6).			
Раздел 4. Использование офисной оргтехники, информационные и коммуникационные технологии при получении и			3

оформлении заказа			
Тема 4.1. Средства оргтехники, оснащение помещения офиса для рекламных агентств, отделов	Содержание учебного материала		1
	32	Оргтехника. Виды и организация оргтехники и требования безопасности труда. Роль технических средств в профессиональной деятельности рекламного агента. Оснащение рабочего места рекламного агента.	1
Тема 4.2. Средства копирования и оперативного размножения документов	Содержание учебного материала		2
	33	Сканер. Виды сканеров. Принцип работы сканера. Принтеры. Виды принтеров. Принцип работы принтера. Плоттер. Виды плоттера. Принцип работы плоттера.	1
	34	Средства копирования и оперативного размножения документов. Выбор программного обеспечения для создания рекламной продукции.	1
Практические занятия (в форме практической подготовки):			48
1-4	№1.1: Анализ рекламной деятельности организаций, предприятий города Тверь		4
5-10	№1.2: Составление брифа на рекламу		6
11-12	№1.3: Определение типа мышления заказчика		2
13-14	№1.4: Определение своего типа мышления		2
15-18	№1.5: Составление плана презентации товаров или услуг		4
19-22	№1.6: Подготовка презентации товаров, услуг.		4
23-24	№1.7: Проведение презентации товаров с использованием основных элементов.		2
25-28	№1.8: Составление плана самопрезентации. Подготовка самопрезентации. Её проведение		4
29-30	№1.9: Отработка техники ответов на возражения		2
31-33	№1.10: Составление плана - схемы (сценария) телефонного контакта с клиентом (вам звонят, вы звоните)		3
34	№ 1.11: Прием заказа по телефону		1
35-36	№ 1.12: Проведение переговоров о цене.		2
37-38	№ 1.13: Поиск потенциальных клиентов. Изучение способов и полезных советов поиска клиентов.		2
39-40	№ 1.14: Ролевая игра «Переговоры с заказчиком»		2
41-44	№ 1.15: Разработка мероприятий по стимулированию сбыта		4
45-48	№ 1.16: Анализ конкретных ситуаций участия в рекламных акциях		4
Повторительно-обобщающие занятие			1
Промежуточная аттестация по МДК 05.01 в форме комплексного дифференцированного зачета с МДК.05.02			1
Всего:			126
МДК.05.02 Размещение и сопровождение рекламы			126
Раздел 1. Виды и средства распространения рекламы			
Тема 1.1. Средства распространения	Содержание учебного материала		3+всрб
	1	Распространение рекламы. Средства распространения рекламы и их виды и	1

рекламы и их характеристика		характеристика	
	2	Технология выбора рекламных средств. Рекламные средства.	1
	3	Методы размещения рекламы. Размещение рекламы.	1
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка сообщения.			6
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 Методы размещения рекламы (6).			
Раздел 2. Эффективное размещение рекламы с помощью различных средств			19+вср18
Тема 2.1 Особенности размещения рекламы	Содержание учебного материала		19
	4-5	Особенности размещения рекламных сообщений в газетах и журналах. Сообщения в газетах и журналах.	2
	6-7	Типы рекламы в прессе. Преимущества и недостатки рекламы в прессе.	2
	8-10	Виды прямой почтовой рассылки. Почтовые рассылки. Преимущества и недостатки. Рассылки. Эффективная почтовая рассылка клиентам.	3
	11	Размещение рекламных сообщений с помощью различных видов радио рекламы.	1
	12	Радиореклама и ее характеристика. Преимущества и недостатки в сравнении с другими средствами (по выбору)	1
	13	Характеристика телерекламы. Классификация. Преимущества и недостатки телевизионной рекламы	1
	14	Аудитория телевидения. Измерение аудитории телевидения.	1
	15	Сущность процесса выбора телеканалов для размещения рекламы. Методы выбора каналов. Факторы, влияющие на выбор телеканала	1
	16	Особенности размещения различных видов наружной рекламы. Характеристика видов наружной рекламы.	1
	17	Достоинства и недостатки наружной рекламы в отличие от других средств.	1
	18	Телефонные коммуникации. Эффективность телефонных коммуникаций.	1
	19	Размещения рекламы на выставках. Особенности эффективного размещения рекламы на выставках.	1
	20	Виды выставок. Этапы организации выставок.	1
21	Размещение средств рекламы в выставочном комплексе.	1	
22	Сувенирная реклама. Размещение рекламы с помощью сувениров.	1	
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Разработка презентации. 2. Подготовка доклада. 3. Подготовка сообщения.			18

Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Радиореклама (6).			
2.1 Размещение рекламы (6).			
3.1 Сувенирная реклама (6).			
Раздел 3. Использование информационных технологий для размещения и сопровождения рекламы		13+вср18	
Тема 3.1. Интернет реклама и особенности её размещения	Содержание учебного материала		4
	23	Реклама в интернете. Классификация Интернет рекламы	1
	24	Реклама на сайтах. Размещение рекламных сообщений на сайтах, использованных в качестве рекламной площадки.	1
	25	Электронная почта. Размещение рекламы по электронной почте.	1
	26	Особенности размещения рекламы на Яндексе. Бесплатное размещение рекламы в социальных сетях (в каталогах статей, в блогах, дневниках) Методы выкладки рекламных объявлений.	1
Внеаудиторная самостоятельная работа:			
1. Подготовка проекта.		6	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Реклама в интернете (6).			
Тема 3.2. Размещение рекламы на рекламных мероприятиях	Содержание учебного материала		8
	27-28	Рекламные мероприятия. Презентация. Рекламное шоу. Дегустации, рекламный аукцион, рекламная продажа. Стимулирование покупателей. Тестемониум.	4
	31-32		
	29-30	Сопровождение рекламной кампании как услуга. Понятие «сопровождение рекламы».	4
33-34			
Внеаудиторная самостоятельная работа:			
1. Разработка доклада и презентации.		12	
2. Подготовка доклада.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Сопровождения рекламной кампании (12).			
Практические занятия (в форме практической подготовки):		48	
1-3	№2.1: «Практическое применение методов размещения рекламы»	3	
4-6	№2.2: «Преимущества и недостатки рекламы в газете и журнале» (Составление таблицы)	3	
7-9	№2.3: «Разработка памятки с рекомендациями для эффективной почтовой рассылки»	3	
10-13	№2.4: Разработка рекомендаций по созданию эффективной радио рекламы	4	
14-17	№2.5: Оценка эффективности размещения телерекламы	4	
18-21	№2.6: Размещение наружной рекламы (практикум по медиапланированию)	4	
22-25	№2.7: Составление рекомендаций для эффективного телефонного разговора с клиентом	4	

26-28	№2.8: Планирование и организация краткосрочной выставки (по выбору студента)	3
29-31	№2.9: Разработка объявлений для «Доски объявлений» в сети Интернет	3
32-34	№2.10: Анализ сайта «Яндекс для бизнеса»	3
35-37	№2.11: Создание рекламы для рассылки по электронной почте	3
38-40	№2.12: Разработка плана (сценария) рекламного шоу.	3
41-44	№2.13: Разработка плана (сценария) проведения дегустации	4
45-48	№2.14: Разработка плана (сценария) проведения рекламного аукциона	4
Повторительно-обобщающие занятия		1
Промежуточная аттестация по МДК 05.02 в форме комплексного дифференцированного зачета с МДК.05.01		1
Всего:		126
Учебная практика		
Виды работ:		
<ul style="list-style-type: none"> - осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов; - работа в рекламных акциях в качестве исполнителя; - ведение переговоров с клиентом; - консультирование клиента, предоставление информации о предлагаемом товаре, услуге; - использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при работе с клиентом, заказчиком рекламы; - использование современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы; - установление контакта со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы. 		36
Производственная практика		
Виды работ:		
<ul style="list-style-type: none"> - осуществление поиска заказчиков рекламных услуг и создание клиентской базы данных; - установление контакта с заказчиками рекламного продукта и ведение с ними переговоры; - участие в рекламных акциях в качестве исполнителя; - установление контакта с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламы; - использование различных средств связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг; - осуществление выбора средств рекламы для проведения рекламных мероприятий; - использование компьютерной техники в рекламной деятельности; - использование специализированное программное обеспечение для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий; - оцифровывание текстовой и графической информации; 		72
Всего:		360

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия:

- **учебного кабинета:** *проектирования рекламного продукта;*
- **лаборатории и мастерской** по направлению «Реклама» *информационных и коммуникационных технологий.*

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся (25);
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Оборудование лаборатории «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- мебель для рисования и экспозиции;
- набор для рисования;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Оборудование мастерской «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- базовый набор фотостудии и видеостудии;
- компьютер, многофункциональное устройство;
- прибор для художественной резки пенопласта, пластика;
- оборудование для изготовления рекламной и сувенирной продукции;
- мебель производственная;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Технические средства обучения:

- стационарные компьютеры и ноутбук с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа – проектор;
- экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы
Основные источники:

Учебники и учебные пособия

1. Васильев, Г.А. Основы рекламы: учебное пособие/ Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 719 с.

Дополнительные источники:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник/ К.В. Антипов. – 5-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. – 328 с.
2. Романов, А.А. Разработка рекламного продукта: учеб. пособие/ А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2019. – 256 с.

Электронные источники:

1. Индустрия рекламы [Электронный ресурс]: информационно-справочный портал, основанный с целью систематизации и распространения информации о рекламе и создания наиболее полной справочной и методологической базы в области рекламного дел. – Свободный доступ из сети Интернет. – <https://adindustry.ru/press-advertising>.
2. Виртуальная библиотека Studref.com [Электронный ресурс]: Основы рекламы. – Свободный доступ из сети Интернет. – https://studref.com/346884/marketing/reklama_presse.
3. Виртуальная библиотека Ozlib.com [Электронный ресурс]: Организация и практика работы рекламного агентства. – Свободный доступ из сети Интернет. – https://ozlib.com/828521/ekonomika/razmeschenie_naruzhnoy_reklamy.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 «Агент рекламный» реализуется в течение 2 семестра курса обучения.

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного, профессионального циклов.

В процессе обучения студентов основными формами являются: аудиторные занятия, включающие лекции, практические занятия, проводимые в форме практической подготовки, а также внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося. Тематика лекций и практических занятий соответствует содержанию программы профессионального модуля.

Лекции формируют у студентов системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных технологий и инноваций, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Практические занятия обеспечивают приобретение и закрепление необходимых навыков и умений, формирование профессиональных компетенций, готовность к самостоятельной и индивидуальной работе, принятию ответственных решений в рамках профессиональной компетенции.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов проводится за счет внеаудиторных часов. Внеаудиторная самостоятельная работа включает в себя отработку практических умений и способствует развитию познавательной активности, творческого мышления обучающихся, прививает навыки самостоятельного поиска информации, а также формирует способность и готовность к самосовершенствованию, самореализации и творческой адаптации, формированию общих компетенций.

Оценка теоретических и практических знаний студентов осуществляется с помощью решения профессиональных задач, оценки практических умений. После изучения раздела МДК.05.01. Организация деятельности по работе с заказчиком и МДК.05.02 Размещение и сопровождение заказа проводится комплексный дифференцированный зачет. В конце изучения ПМ состоится квалификационный экзамен.

Учебная практика проводится непрерывным циклом.

Производственная практика проводится как итоговая практика по завершению модуля. Базами производственной практики являются предприятия и организации, с которыми колледж заключает договор о взаимном сотрудничестве. Основными условиями прохождения производственной практики в данных предприятиях и организациях являются наличие квалифицированного персонала, оснащенность современным технологическим оборудованием. Практика по профилю специальности проводится под руководством преподавателей и специалистов предприятия-базы практики. Руководитель от колледжа назначается приказом директора из числа преподавателей специальных дисциплин. В обязанности преподавателя-руководителя практики входит: контроль выполнения программы практики, оказание методической и практической помощи студентам при отработке практических профессиональных умений и приобретения практического опыта, проверка заполнения дневника по производственной практике. Руководители практики студентов от предприятия-базы практик назначаются приказом руководителя предприятия до начала практики, из числа специалистов, имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие профессионального образования, соответствующего профилю модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 «Агент рекламный» и специальности 42.02.01 Реклама.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой. Преподаватели и специалисты предприятия-базы практики с опытом деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы (является обязательным).

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

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	<p>знание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способов поиска и привлечения клиентов; <p>умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения. - осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных; - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры 	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ПК 5.2 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	<p>знание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - видов акций по стимулированию сбыта и оказанию услуг; <p>умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта; - использовать компьютерную технику при разработке рекламных средств, для проведения рекламных акций; 	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ПК 5.3 Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге	<p>знание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правил ведения переговоров с клиентом (заказчиком) и умение их применять на практике; - правил ведения переговоров по телефону и умение применять их в практической деятельности; <p>умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать скрипты диалогов при ведении переговоров; 	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.

<p>ПК 5.4 Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы</p>	<p>знание: - основных элементов; - презентации товаров и услуг; - знание способов ведения эффективной презентации; умение: - разрабатывать презентацию товаров и услуг с помощью программного обеспечения;</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1. – 2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.</p>
<p>ПК 5.5 Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы</p>	<p>знание: - основных средств; - компьютерной обработки информации при работе с клиентом; умение: - использовать компьютерные знания различных видов оргтехники, применяемых в своей работе агентом</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1. – 2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.</p>
<p>ОК 01 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<p>- проявление стабильного интереса к профессиональной деятельности; - высокий уровень мотивации и готовности к творческой деятельности по выбранной специальности; - наличие положительных отзывов по итогам производственной деятельности; - участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах и т.п.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1. – 2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.</p>
<p>ОК 02 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных</p>	<p>- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламных конструкций; - демонстрация эффективности и</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.</p>

задач, оценивать их эффективность и качество	качества выполнения профессиональных задач;	2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 03 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 04 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	нахождение и использование дополнительной литературы по дизайну и рекламной деятельности, эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 05 Использовать информационно-коммуникационные технологии профессиональной деятельности	выбор информационно-коммуникационных технологий для решения задач профессиональной деятельности в области построения эскизов конструкции;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по

		завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 06 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с участниками производственного процесса: обучающимися, преподавателями, мастерами производственного обучения, рабочими и руководителями предприятий при прохождении производственной практики;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 07 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- проявление ответственности за работу подчиненных, оказание помощи студента студенту, сопереживание каждого за результат выполнения заданий;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 08 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня через разработку творческих проектов, участие в семинарах практикумах, в конкурсах профмастерства;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 09 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях

профессиональной деятельности	модным тенденциям в мире рекламы, актуальным разработкам по дизайну рекламной продукции;	при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности особенностями предпринимательства профессиональной деятельности	- точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области; - точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1.-1.16., 2.1.-2.14; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики, завершению ПМ.

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
85 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 84	4	хорошо
50 ÷ 69	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений экзаменационной комиссией определяется интегральная оценка освоенных обучающимися профессиональных и общих компетенций как результатов освоения профессионального модуля.