

|   |  |
|---|--|
|   | МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ  |
|  | краевое государственное автономное профессиональное образовательное учреждение<br>«Красноярский колледж сферы услуг и предпринимательства» |

УТВЕРЖДЕНА  
приказом директора колледжа  
№ \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.  
\_\_\_\_\_ В.В.Батурин  
М. П.

Рабочая программа  
профессионального модуля

**ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ  
«АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»**

для специальности среднего  
профессионального образования

42.02.01 Реклама  
(базовая подготовка)

Красноярск 2022

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.04.2014 № 510.

Организация-разработчик: Красноярский колледж сферы услуг и предпринимательства

**ПРОГРАММА ОДОБРЕНА**

Цикловой методической комиссией  
специальностей 42.02.01 Реклама,  
54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Протокол № \_\_\_\_

от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

Председатель ЦМК \_\_\_\_\_

Л.В. Грачева

**РЕКОМЕНДОВАНО:**

Методическим советом колледжа

Протокол № \_\_\_\_

от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

Председатель Методического совета: \_\_\_\_\_

О.К. Котлярова

**СОГЛАСОВАНО:**

Заместитель директора по учебно-  
методической работе \_\_\_\_\_

А.А. Полежаева

Заместитель директора по учебно-  
производственной работе \_\_\_\_\_

О.В. Глебов

## СОДЕРЖАНИЕ

|   | стр. |
|---|------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ                   | 6    |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ                         | 8    |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ                      | 9    |
| 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ                 | 14   |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ..... | 19   |



- 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;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию; иметь практический опыт:
  - ведения переговоров с заказчиком;
  - использования офисной оргтехники;
  - информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
  - организация связи со средствами массовой информации;
  - работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 108 часов, в том числе:  
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 42 часа;  
 самостоятельной работы обучающегося 36 часов.

Производственная практика: 72 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ МОДУЛЯ

## ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| Код    | Наименование результата обучения   |
|--------|--|
| ПК 5.1 | Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов, вести переговоры с заказчиком, производителями, распространителями рекламы, со средствами массовой |
| ПК 5.2 | Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг,   |
| ПК 5.3 | Использовать в работе правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию   |
| ПК 5.4 | Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа, использовать современные информационные и     |
| 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.           |
| ОКОЗ   | 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 личного 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 личного 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.   |
| ОК 11  | Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.  |

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### ПМ.05 3.1. Тематический план профессионального модуля

| Коды<br>Профессиональн<br>ых компетенций | Наименования разделов<br>профессионального модуля   | Всего часов<br>(макс. учебная<br>нагрузка и<br>практики) | Объем времени, отведенный на<br>освоение междисциплинарного курса<br>(курсов) |   |                   | Практика  |                                     |
|--|---|--|---|---|-------------------|---|-------------------------------------|
|  |   |  | Обязательная<br>аудиторная учебная  | Самостоятельная<br>работа<br>обучающегося,<br>часов | Учебная,<br>часов | Производственная<br>часов (если<br>предусмотрена<br>распределочная<br>практика) |                                     |
|  |   |  |   |   |                   |   | Р<br>с<br>е<br>го<br>,<br>час<br>ов |
| 1  | 2   | 3  | 4   | 5   | 6                 | 7   | 8                                   |
| (ПК 5.1-5.4, ОК 01-11)                   | <p><b>Тема 1.</b> Направления деятельности рекламного агента</p> <p><b>Тема 2.</b> Информационные технологии в деятельности агента</p> <p><b>Тема 3.</b> Коммуникационные технологии в рекламе. Технология холодных звонков</p> <p><b>Тема 4.</b> Подготовка и проведение презентации (товара, фирмы, услуги)</p> | 108  | 42  | 30  | 36                | -   | 72                                  |
|  | Производственная практика, часов  | 72   |   |   |                   |   | 72                                  |
|  | <i>Всего:</i>   | 180  |   |   |                   |   |                                     |

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### ПМ.05 3.1. Тематический план профессионального модуля

| Коды<br>Профессиональн<br>ых компетенций | Наименования разделов<br>профессионального модуля   | Всего часов<br>(макс.<br>учебная<br>нагрузка и<br>практики) | Объем времени, отведенный на освоение<br>междисциплинарного курса (курсов) |  |   | Практика          |  |
|--|---|---|--|--|---|-------------------|--|
|  |   |   | Обязательная<br>аудиторная учебная<br>нагрузка обучающегося                |  | Самостоятельная<br>работа<br>обучающегося,<br>часов | Учебная,<br>часов | Производственная<br>часов (если<br>предусмотрен а<br>распределочная<br>практика) |
|  |   |   | Всего,<br>часов  | В т.ч.<br>лабораторные<br>работы и<br>практические<br>занятия, |   |                   |  |
| 1  | 2   | 3   | 4  | 5  | 6   | 7                 | 8  |
| (ПК 5.1-5.4, ОК 01-11)                   | <p><b>Тема 1.</b> Направления деятельности рекламного агента</p> <p><b>Тема 2.</b> Информационные технологии в деятельности агента</p> <p><b>Тема 3.</b> Коммуникационные технологии в рекламе. Технология холодных звонков</p> <p><b>Тема 4.</b> Подготовка и проведение презентации (товара, фирмы, услуги)</p> | 108   | 42   | 30   | 36  | -                 | 72   |
|  | Производственная практика, часов  | 72  |  |  |   |                   | 72   |
|  | <i>Всего:</i>   | <i>180</i>  |  |  |   |                   |  |

### 3.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

| Наименование разделов и тем  | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)                               | Объем часов | Уровень освоения |
|--|---|-------------|------------------|
| 1  | 2   | 3           | 4                |
| <b>Введение</b>  | Описание работы рекламного агента, должностные обязанности  | 2           | 2                |
| <b>Тема 1.</b><br>Направления деятельности рекламного агента   | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>16</b>   |                  |
|  | 1. Требования безопасности труда, инструктаж, виды инструктажей, особенности работы с ПЭВМ и периферийной техникой. Правовое сопровождение бренда. Закон «О рекламе». | 2           | 2                |
|  | 2. Классификация рекламы. Реклама в Интернет. Медийная реклама.   | 2           |                  |
|  | 3. Паблик-рилейшенз - связь с общественностью. Пиар и его виды.   | 2           |                  |
| 4. Сейлз-промоушн - приемы и стимулирование сбыта. Реклама и мерчандайзинг.  | 2   |             |                  |
|  | <b>Практические занятия</b>   | <b>8</b>    |                  |
|  | 1. Разработка материалов «Сейлз-промоушн» для стимулирования сбыта предложенного предприятия.   |             | 3                |
|  | 2. Разработка проекта медийной рекламы.   |             |                  |
|  | 3. Изучение правового обеспечения предложенного бренда.   |             |                  |
|  | 4. Анализ рекламы г.Красноярска в контексте закона «О рекламе».   |             |                  |
| <b>Тема 2.</b><br>Информационные технологии в деятельности агента  | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>18</b>   |                  |
|  | 1. Виды средств распространения рекламы. Особенности разработки макетов различных средств распространения рекламы в графических редакторах.                           | 2           | 2                |
|  | 2. Разработка ВЕБ-страницы с помощью CoreЮКА\У. Макетирование визитки; разработка визитной карточки.  | 2           |                  |
|  | 3. Бриф и его составляющие; Разработка шаблона брифа в текстовом редакторе Мюгзой ХУопЗ.  | 2           |                  |
|  | 4. Вирусная реклама, понятия вирусной и партизанской рекламы (маркетинга).  | 2           |                  |
| Макетирование директ-мейла.  | 2   |             |                  |
| 5. Использование информационных технологий для обработки текстовой и графической информации. Особенности разработки рекламного сообщения для каждого из видов средств распространения рекламы. |   |             |                  |

|  |   |           |   |
|--|---|-----------|---|
|  | <b>Практические занятия</b>   | 8         |   |
|  | 1. Разработка проекта вирусной рекламы.<br>2. Проект директ-мейла.<br>3. Разработка пяти видов различных средств распространения рекламы.   |           | 3 |
| <b>Тема 3.</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>  | 22        |   |
| Коммуникационные технологии в рекламе<br>Технология холодных звонков | 1. Организация связи со средствами массовой информации. Социально-психологические основы рекламы; СМИ и организация взаимодействия с ними. Имидж делового человека.                         | 2         | 2 |
|  | 2. Ведение переговоров с заказчиком; Подготовка вопросов для переговоров с заказчиком; Интервьюирование; Технология холодных звонков. Составление клиентской базы.                          | 2         |   |
|  | 3. Проведение социально-психологического анализа рекламного продукта (печатной, наружной рекламы); Оценка эффективности рекламного продукта.  | 2         |   |
|  | 4. Технологии эффективной работы с инновационными мультимедийными инструментами как средствами профессиональной коммуникации.   | 2         |   |
|  | 5. Типы покупателей. Обслуживание клиентов. Факторы, влияющие на покупательское поведение. Сегментирование рынка. Позиционирование товара.  | 2         |   |
|  | 6. Управление конфликтами. Стресс-менеджмент.   | 2         |   |
|  | <b>Практические занятия</b>   | <b>10</b> |   |
|  | 1. Ведение переговоров с заказчиком (имитационная игра).<br>2. Проект имиджа делового человека по описанию.<br>3. Алгоритм «холодного» звонка: отработка навыков коммуникации с заказчиком. |           | 3 |
|  | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>14</b> |   |
|  | 1. Рекламные мероприятия. Организация рекламных акций. Подготовка презентации рекламного продукта. Значение презентации, аспекты организации и проведения.                                  | 4         |   |
|  | 2. Подготовка презентации общественной организации.   | 2         |   |
|  | 3. Подготовка портфолио.  | 2         |   |
|  | 4. Разработка стратегии и тактики РК-программы корпоративных мероприятий и роль специалиста по связям с общественностью. Невербальные коммуникации.   | 2         |   |
|  | <b>Практические занятия</b>   | <b>4</b>  |   |
|  | Подготовка рекламного мероприятия для предложения   |           | 3 |

|   |                                |            |
|---|--------------------------------|------------|
| <p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2</b><br/> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).<br/> Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов.</p> <p><b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сбор информации о потенциальной рекламной аудитории предприятия.</li> <li>2. Тестирование эффективности рекламного продукта на фокус-группе.</li> <li>3. Разработка сценария рекламной акции.</li> <li>4. Подготовка презентации предприятия, предлагающего бытовые услуги.</li> <li>5. Подготовка сценария диалога (холодный звонок) с человеком, отвечающим за принятие решений (предприятие - по предложению преподавателя).</li> <li>6. Создание образа деловой женщины для встречи с партнерами (по заданию преподавателя).</li> <li>7. Проект директ-мейла.</li> <li>8. Проект сейлз-промоушн для предприятия (предприятие красноярское).</li> <li>9. Подготовка интервью с известным человеком. Сбор информации о личности</li> <li>10. Проект оптимальных каналов распространения рекламной информации (по заданию).</li> </ol> | <b>36</b>                      | <b>2,3</b> |
| <p><b>Производственная практика:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Ознакомление с предприятием: его история, общая характеристика, основные экономические показатели предприятия.</li> <li>2 Ознакомление с инструкциями по технике безопасности на предприятии, изучение инструктажей и требований к сотрудникам.</li> <li>3 Корпоративный стиль: его наличие и порядок поддержания. Стандарты обслуживания клиентов. Изучение номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции и выполняемых услуг, основные их характеристики.</li> <li>4 Изучение основных клиентов, партнеров организации, условия работы с ними: особенности процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.</li> <li>5 Изучение методов и способов сбора информации, составление и пополнение клиентской базы.</li> <li>6 Проведение исследования предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.</li> <li>7 Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов.</li> <li>8 Изучение требований потенциальных покупателей (заказчиков) к производимой продукции, оказываемым услугам (разработка анкет и опросников).</li> </ol>  | <b>72</b>                      |            |
| <b>Экзамен</b>  | <i><b>Квалификационный</b></i> |            |
| <b>Всего:</b>   | <b>180</b>                     |            |



## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля требует наличия учебных кабинетов «Организации рекламной деятельности»; лаборатории оргтехники; лаборатории информационных технологий в рекламе.

#### **Оборудование учебного кабинета:**

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- доска.

#### **Технические средства обучения:**

- Компьютер
- Сканер
- Принтер А 4
- Картридж к принтеру
- Мультимедиа - проектор
- Слайд - проектор
- Экран

#### **Инструменты и пособия**

- Комплект инструментов для работы у доски;
  - Таблицы, плакаты, образцы материалов и рекламных продуктов;
- Методические указания к практическим и самостоятельным работам.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

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

1. А.Меркулов, Проект ГуруОпта, ГУРУ холодных звонков за 30 минут. Все, что нужно знать о холодных звонках в экспресс-формате.- Липецк, 2016.
2. А.Меркулов, Проект ГуруОпта, Девять простых способов увеличить продажи в В2В.- Липецк, 2016.
3. С.Шиффман, Техники холодных звонков. – М., Литагент «Альпина», 2013.

4. Р.Ю. Овчинникова, «Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования». - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.

5. Д.А. Норман, «Дизайн промышленных товаров». - М.: Издательский дом «Вильямс», 2009.

6. А.А. Данилов, «Идея, сценарий, дизайн в рекламе». - СПб.: Издательство ДАН, 2009.

7. М. Тангейт, «Всемирная история рекламы». - М.: Издательство «Альпина Бизнес Букс, Альпина Паблишер», 2015.

8. В.Б. Устин, «Искусство наружной рекламы». - М.: АСТ, 2009.

9. Л.М. Дмитриева, «Социальная реклама». - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

10. Гохберг Г.С. Информационные технологии: учебник для студ.сред.проф.образования / Г.С.Гохберг, А.В.Зафиевский, А.А.Короткий. - 3-е изд. стер. -М.: Издательский центр «Академия», 2013.

11. Филинова О.Е. Информационные технологии в рекламе: Учебное пособие. - М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2011.

#### Дополнительные источники:

1. Г.А. Васильев «Основы рекламной деятельности». - М: ЮНИТИ, 2004

2. Информатика: Учебник. - 3-е перераб. изд. / Под ред. проф. Н.В. Макаровой - М.: Финансы и статистика, 2014.

3. Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко, «Креативная реклама». - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.

4. Е.В. Ромат «Реклама». - Питер, 2012.

5. Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учебник-М.: Компьютер, ЮНИТИ, 2012.

6. Козырев А.А. Информационные технологии в экономике и управлении: Учебник. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2011.

#### Интернет-ресурсы:

1. Сообщество менеджеров по продажам «Клуб продажников». [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://rgos1a2tk.ru>

2. Клуб менеджеров по продажам. [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://ac11manager.ru>)

3. Техническая библиотека. Материалы для самостоятельного изучения. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: Бпр://1есБПЪгагу.т/
4. Журнал о графическом дизайне: официальный сайт журнала о графическом дизайне как.ги. Статьи, обзоры новинок, уроки, советы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: Бйр:// как.ги
5. Электронный портал о рекламе и дизайне: официальный сайт абте.ги. - Режим доступа: Бпр://ас1те.ги
6. Электронный портал о дизайне: официальный сайт го5ее51§п.сот. Дизайн: история, теория, практика. - Режим доступа: БНр:// гозеез^п.согп
7. Электронный портал о рекламе и дизайне: официальный сайт аскезЦ.ги. - Режим доступа: Бир:// абуетэй.ги
8. Сайт Технологии продаж. Статьи, программы, советы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: Нйр://ргос1ауе2.ги
9. Videоканал Евгения Котова «Видео-уроки для продавцов». Основы продаж. Видео по продажам (полная версия). [Электронный ресурс]. - Режим доступа: Бйр://\лу\ууоишБе.сот
10. Сайт тренинговой компании Михаила Казанцева. Тренинги, технологии обучения, видеоуроки, статьи по теме «Продажи» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: БЦр://Лу\у\у.Б-тос1е.ги/

#### 4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия проводятся в специализированных кабинетах, лабораториях и мастерских. Протяженность каждого занятия - не менее 4-х академических часов с небольшими техническими перерывами. Ряд тем, ориентированных на выполнение практических работ, предполагается изучать непрерывно.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля **«Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»** является освоение первичных профессиональных навыков в рамках междисциплинарных курсов «Художественное проектирование рекламного продукта», «Разработка творческой концепции рекламного продукта».

Освоение профессионального модуля **«Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»** должно быть синхронизировано с освоением профессиональным модулем «Производство рекламной продукции».

Реализация данного профессионального модуля требует создания методически насыщенной и комплексно оборудованной образовательной среды. Это позволит обеспечить эффективность самостоятельной работы и создания образцов

рекламной продукции для внедрения в производство.

**Реализация основной профессиональной образовательной программы по профессии начального профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими среднее профессиональное или высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля).**

Основная профессиональная образовательная программа должна обеспечиваться учебно-методической документацией по всем дисциплинам, междисциплинарным курсам и профессиональным модулям.

Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Реализация основных профессиональных образовательных программ должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) основной профессиональной образовательной программы. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся должны быть обеспечены доступом к сети интернет.

Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине общепрофессионального цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий).

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам всех циклов, изданными за последние 5 лет.

Каждому обучающемуся должен быть обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, состоящим не менее чем из 3 наименований отечественных журналов.

## **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

При определении оценки знаний обучающихся используются следующие критерии:

сумма знаний, которыми обладает обучающийся по профессиональному модулю;

- понимание сущности процесса переговоров с заказчиком;

- умение решать задачи рекламного текстового и визуального оформления и видеть основные проблемы рекламной индустрии, причины их возникновения;
- умение теоретически обосновывать возможные пути решения существующих проблем в сфере рекламного менеджмента.

#### **Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, который:**

1. в полном объеме усвоил программный материал, излагает его на высоком научном уровне, изучил обязательную и рекомендуемую программой дополнительную литературу, иные официально-публикуемые материалы по вопросам модуля;
2. свободно владеет методологией данной дисциплины, знает определения рекламных понятий и категорий, может устанавливать причинно-следственные связи между ними, а также взаимосвязь курса с другими дисциплинами, способен применять их в практической деятельности;
3. умеет применять теоретические знания при решении практических задач и конкретных ситуаций в сфере рекламных коммуникаций;
4. показывает способность самостоятельно пополнять и обновлять знания в процессе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.

#### **Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, который:**

1. полно раскрывает содержание учебного материала в объеме, предусмотренном программой, изучил обязательную литературу по курсу, иные официально-публикуемые материалы по вопросам модуля;
2. владеет методологией данной дисциплины, методами исследования, знает определения рекламных категорий, умеет установить между ними причинно-следственные связи;
3. умеет увязать теорию и практику при решении задач и конкретных ситуациях в сфере рекламных коммуникаций;
4. допускает незначительные неточности при изложении материала, не искажающие содержание ответа по существу вопроса.

#### **Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который:**

1. владеет материалом в пределах программы курса, знает основные показатели и категории изученного модуля;
  2. обладает достаточными знаниями для продолжения обучения и дальнейшей профессиональной деятельности;
- допускает неточности при решении практических задач, разбирается в конкретных ситуациях в области рекламной деятельности.

**Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который:**

1. имеет пробелы в теоретических знаниях основного учебного материала более чем на 50%, не может дать четкого определения основных понятий и категорий;
2. не умеет решать практические задачи и не может разобраться в конкретных ситуациях в сфере рекламных коммуникаций;
3. не может успешно продолжать дальнейшее обучение в связи с недостаточным объемом знаний.

**Для получения допуска к квалификационному экзамену по профессиональному модулю обучающийся должен выполнить:**

1. Не менее 100% запланированных программой самостоятельных работ.
2. Не менее 70 % запланированных программой текущих зачетных работ по темам лекционного материала.

Обучающиеся имеющие пропуски занятий отрабатывают пропущенные темы по усмотрению преподавателя в форме устного или письменного ответа, выполнения, распечатывания реферата, доклада, разработки презентации, составления опорного конспекта, тестов, кроссвордов, творческих заданий.

**Формы контроля оценки знаний обучающихся:**

- 1 Устный и опрос.
- 2 Творческая работа.
3. Тестирование.
4. Устные и письменные доклады, рефераты.
5. Деловая/ ролевая игра.

| Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)  | Основные показатели оценки результата  | Формы и методы контроля и оценки                               |
|--|--|--|
| ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов, вести переговоры с заказчиком, производителями, распространителями рекламы, средствами массовой информации. | Прорабатывает существующие базы данных, дополняет и анализирует их. Проводит переговоры и интервью, проводит анализ СМИ в городе                     | <i>Индивидуальное задание, деловая/ролевая игра</i>            |
| ПК 5.2 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг, работу в рекламных акциях в качестве исполнителя.  | Разрабатывает различные художественные варианты рекламных продуктов, решает ситуативные задачи, выбирает и обосновывает технологии создания продукта | <i>Индивидуальное творческое задание, деловая/ролевая игра</i> |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>ПК 5.3</b> Использовать в работе правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.   | Организует и анализирует правовое сопровождение рекламного продукта  | <i>Устный, письменный опрос, доклад</i>  |
| <b>ПК 5.4</b> Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа, использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы. | Разрабатывает бриф, составляет план реализации рекламной кампании, использует оргтехнику и интернет- ресурсы   | <i>Индивидуальное задание, доклад, презентация</i>   |
| <b>ОК 01</b> понимание сущности и социальной значимости будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса  | Проявляет инициативу в изучении предмета, активно участвует в учебной деятельности по курсу, демонстрирует удовлетворенность будущей профессией                                      | <i>Аргументированное эссе, решение ситуативных задач, участие во внеаудиторной деятельности (конференции, конкурсы, т.д.), участие в деловых играх</i> |
| <b>ОК 02</b> организация собственной деятельности, выбор типовых методов и способов выполнения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества   | Составляет список литературы для изучения по курсу, осуществляет поиск дополнительной литературы   | <i>Тестовый контроль, работа в группах, оценка своей работы</i>  |
| <b>ОК 03</b> принятие решения в стандартных, нестандартных ситуациях и несение за них ответственности   | Моделирует ситуацию, проверяет и анализирует результаты решения  | <i>Тестовый контроль, работа в группах, оценка своей работы, участие во внеаудиторной деятельности</i>   |
| <b>ОК 04</b> осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, проф.и личностного развития   | Составляет список литературы для изучения по курсу, осуществляет поиск дополнительной литературы, проявляет инициативу в изучении предмета, активно участвует в учебной деятельности | <i>Реферат, доклад, подготовка к семинару, тестовые задания</i>  |
| <b>ОК 05</b> использование информационно-коммуникационных технологий в проф.деятельности  | Использует компьютерные технологии, интернет- ресурсы для решения проф. задач  | <i>Решение ситуативных задач, тесты, контрольные работы</i>  |
| <b>ОК 06</b> работа в коллективе и команде, эффективное общение с коллегами, руководством, потребителями  | Распределяет нагрузку в группе, помогает коллегам, оценивает объективно собственную деятельность и деятельность в группе   | <i>Решение ситуативных задач, участие во внеаудиторной деятельности (конференции, конкурсы, т.д.), участие в деловых играх</i>                         |
| <b>ОК 07</b> взятие на себя ответственности за работу членов команды (подчиненных),   | Распределяет нагрузку в группе, помогает коллегам, оценивает   | <i>Решение ситуативных задач, участие во внеаудиторной</i>   |

|   |   |  |
|---|---|--|
| результат выполнения заданий  | объективно собственную деятельность и деятельность в группе   | <i>деятельности (конференции, конкурсы, т.д.), участие в деловых играх</i>   |
| <b>ОК 08</b> самостоятельное определение задачи проф.и личного развития, занятия самообразованием, осознанное планирование повышения квалификации | Моделирует ситуацию, проверяет и анализирует результаты решения, стремится к самореализации, применяет все возможные ресурсы для развития   | <i>Решение ситуативных задач, участие во внеаудиторной деятельности (конференции, конкурсы, т.д.), участие в деловых играх</i> |
| <b>ОК 09</b> ориентирование в условиях частой смены технологий в проф.деятельности  | Использует компьютерные и интернет-технологии, проводит анализ новых технологий, стратегий в рекламном бизнесе  | <i>Участие в деловых и ролевых мини-играх, разработка творческих проектов по созданию рекламного продукта</i>                  |
| <b>ОК 10</b> владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности                | Использует знания основ предпринимательской деятельности, использует их при проектировании рекламных стратегий, кампаний  | <i>Индивидуальные творческие задания</i>   |
| <b>ОК 11</b> обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке                   | Владеет базовым иностранным языком и применяет знания в работе с графическими редакторами, иностранной рекламной терминологией, проявляет коммуникационные навыки при работе с одноклассниками, преподавателями | <i>Тестовый контроль, работа в группах, оценка своей работы, участие во внеаудиторной деятельности</i>                         |

Итоговая зачетная работа проводится в форме деловой игры.

Виды контроля знаний обучающихся, количество зачетных работ по темам и формы их проведения определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня подготовки обучающихся, установленного при входном тестировании и выбранной методики и способов организации преподаваемой дисциплины в каждой конкретной группе.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

**Разработчик:**

Преподаватель

Оноприенко И.Н.