

ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «АКАДЕМИЯ
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ «ЛОКОН»
(СПБ ГБПОУ «АКАДЕМИЯ «ЛОКОН»)

Утверждена
приказом директора СПб ГБПОУ
«Академия «ЛОКОН»
от «29» августа 2024 г. №213-УЧ

Рассмотрена и принята
на заседании педагогического совета
СПб ГБПОУ «Академия «ЛОКОН»
Протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО
АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ**

**По специальности среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама**

Квалификация специалиста – специалист по рекламе
на базе основного общего образования
Срок обучения – 3г. 10 мес.

Санкт-Петербург 2024

Утверждаю
заместитель директора по УМР


_____ Парфенова А.В.

«02» сентября 2024г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно - библиотечное дело**

42.02.01 Реклама

ОРГАНИЗАЦИЯ-РАЗРАБОТЧИК: СПб ГБПОУ «Академия «ЛОКОН»

Методист: Бойчук Т.М.



СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) - является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): размещения и сопровождения заказа на изготовление рекламы и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 5.1. Организационная деятельность по работе с заказчиком

ПК 5.2. Размещение и сопровождение заказа

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области дизайна реклама при наличии среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи 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:

- создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации;
- использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации;

уметь:

- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию;
- различать элементы нормированной и ненормированной речи;
- владеть нормами словоупотребления;
- находить и исправлять в тексте лексические ошибки;
- употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой.
- редактировать любые виды текстов

знать:

- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления текстов рекламных объявлений;
- основные средства компьютерной обработки информации;
- основы цифровой фотографии;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;

- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности;
- признаки литературного языка и типы речевой нормы;
- основные компоненты культуры речи (владение языковой, литературной нормой,
- соблюдение этики общения, учет коммуникативного компонента);
- особенности русского ударения, литературное произношение;
- функциональные стили русского языка, способы и приемы использования языковых ресурсов;
- приемы редактирования текстов.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего: 660 часов, из них:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **465** часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **-166** часов;

самостоятельной работы обучающегося – 83 часа;

учебная практика -144 часов;

производственная практика – 72 часа.

1. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Производство рекламной продукции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1.	Организационная деятельность по работе с заказчиком
ПК 5.2.	Размещение и сопровождение заказа
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих МДК 05.01. Агент рекламный
 3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих МДК 05.01. Агент рекламный

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование профессионального модуля	Всего часов (макс. уч. нагрузка и практика)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)	
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 5.1. ПК 5.2.	МДК 05.01 Организация деятельности рекламного агента	249	166	118		83				
ПК 5.1. ПК 5.2.	Учебная практика							144		
ПК 5.1. ПК 5.2.	Производственная практика (по профилю специальности)									72
	ВСЕГО	249	166	118		83		144		72

3.2. Содержание ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и Практическое занятие, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
МДК 05.01 Организация деятельности рекламного агента		249	
Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ЗАДАЧИ, ЦЕЛИ И ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ			
Тема 1.1. Виды рекламных агентств. Презентация агентства	Содержание учебного материала Сетевые агентства и российские агентства полного цикла. Структура агентства полного цикла. Специализированные рекламные агентства, их структура. Формы презентации предприятия. Обязательные составляющие презентации рекламного агентства. Понятия «клиентский лист», «портфолио агентства». Возможные формы подачи опыта работы агентства.	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
Тема 1.2. Задачи и цели рекламной кампании. Участники рекламного процесса.	Содержание учебного материала Задачи и цели рекламной кампании. Участники рекламного процесса.	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
Тема 1.3. Основы правового регулирования рекламной деятельности	Содержание учебного материала Основы правового регулирования рекламной деятельности Государство как сторона, осуществляющая правовое регулирование рекламных процессов.	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
Раздел 1. КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМЫ			
Тема 2.1. Коммуникация: основные понятия,	Содержание учебного материала Понятие «коммуникация», ее участники, цели. Схема коммуникации. 4 типа коммуникаций. Понятие	4	ПК 5.1. ПК 5.2.

<p>типы. Коммуникационные действия и их формы. Коммуникационные каналы.</p>	<p>смысла. Понятие коммуникационного действия, их формы (подражание, диалог, управление). Микро-, миди- и макрокоммуникации в зависимости от формы коммуникационного воздействия. Естественные каналы коммуникации. Устная коммуникация. Искусственные каналы коммуникации. Документная коммуникация. Электронная коммуникация. Коммуникационные барьеры. СМИ в системе коммуникационных каналов. Мультимедийная коммуникационная культура.</p>		
<p>Тема 2.2. Реклама как массовая коммуникация. Модели рекламной коммуникации.</p>	<p>Содержание учебного материала Рекламная коммуникация как сложный механизм взаимодействия рекламного сообщения и потребителя. Рекламная пирамида (пирамида Маслоу). Реклама - социально-психологическая установка. Основные формулы рекламного воздействия на потребительскую аудиторию. Суггестия, вербальные и невербальные средства суггестии в рекламе. Типология рекламных роликов по способу подачи материала.</p>	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
	<p>Практическое занятие №1: Задание 1. Рассмотреть несколько рекламных продуктов с точки зрения основных формул рекламного воздействия на потребительскую аудиторию. Задание 2. Написать рекламное обращение с применением средств суггестии.</p>	18	
Раздел 1 ВИДЫ И СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ			
<p>Тема 3.1. Основные виды рекламы.</p>	<p>Содержание учебного материала Имиджевая и информационная реклама. Особенности рекламы торговой марки и рекламы объекта сферы услуг. Адресно-справочная реклама. Первичная и избирательная реклама. Понятие коммерческой и некоммерческой рекламы. Прямая и косвенная реклама. Система мероприятий Паблик Рилейшнз. Понятие «информационный повод». Спонсорство как сочетание прямой и косвенной рекламы, формы спонсорского участия в культурно-массовых и спортивных мероприятиях. Понятие и виды Product Placement. Реклама «B-to-B». Трейд-маркетинг.</p>	6	ПК 5.1. ПК 5.2.

	<p>Реклама на местах продажи, промоушп акции. Корпоративная реклама. Виды и назначение бизнес-сувениров. Политические PR и реклама. Прямая почтовая рассылка как способ направленно-ответной рекламы. Новые рекламные носители (транспортные карты, чеки супермаркетов, видеокассеты и т.п.)</p>		
	<p>Практическое занятие №2: Описать механизмы проведения промоушп акций для трех продуктов из разных сегментов рынка</p>	20	
Тема 3.2.	Содержание учебного материала		1
<p>Классификация СМИ. Специфика основных каналов рекламной коммуникации.</p>	<p>Классификация СМИ Телевизионная реклама, ее виды. Спонсорство на ТВ. Специфика каналов вещания. Основные показатели эффективности телевизионной рекламы. Классификация печатных изданий. Основные маркетинговые показатели печатных изданий. Реклама в глянце, еженедельных и ежедневных изданиях. Специализированная пресса. Региональная пресса. Корпоративные издания. Реклама на радио, ее виды. Основные показатели эффективности радиорекламы. Виды рекламы на транспорте. Вокзал и аэропорт как рекламные площадки. Виды наружной рекламы. Виды Интернет-рекламы. Сайт компании и промо-сайт, механизмы их продвижения в Интернете, баннерная реклама.</p>	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
	<p>Практическое занятие №3: Составить примерный план рекламной кампании для каждого объекта с распределением бюджета по выбранным СМИ. обосновать.</p>	20	
Раздел 1. ФОРМАТЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ			2,3
Тема 4.1.	Содержание учебного материала	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
<p>Построение взаимоотношений «Агентство - Клиент». Бриф, его формы и правила заполнения.</p>	<p>Построение взаимоотношений «Агентство - Клиент». Бриф - как формализация Клиентом задания Агентству. Формы брифов. Правила заполнения брифов.</p>		
	<p>Практическое занятие №4: Заполнение брифа на основании заказа.</p>	18	
Тема 4.2.	Содержание учебного материала	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
<p>Основные правила оформления рекламного</p>	<p>Возможности программы Power Point для презентации рекламного продукта. Основные правила оформления проекта в программе Power Point.</p>		

проекта в программе Power Point	Практическое занятие №5: Создание презентации рекламного продукта	12	
Тема 4.3. Структура презентации основных видов рекламных проектов	Содержание учебного материала Структура презентации рекламного проекта. Специфика презентации видеопроектов, ВТЛ-мероприятий, рекламных и брендинговых стратегий.	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
	Практическое занятие №6: Оформить результат работы, как презентацию рекламного проекта.	20	
Раздел 1. БРЭНД И БРЭНДИНГ			
Тема 5.1. Торговая марка и бренд. Дифференциация. Факторы необходимости брендинга.	Содержание учебного материала Торговая марка и бренд. Различные трактовки понятия «бренд». Общие и отличительные признаки торговой марки и бренда. Дифференциация, ее необходимость в условиях конкуренции. Конкурентное различие и конкурентное совпадение. Основные факторы необходимости брендинга.	4	ПК 5.1. ПК 5.2.
	Практическое занятие №7: Составить описание известный бренда, провести анализ.	10	
	Дифференцированный зачет	4	
Самостоятельная работа: Подготовить сценарии рекламных роликов с заведомо сделанными нарушениями законов о рекламе (о защите прав потребителей). Студенты должны найти ошибки, предложить возможные варианты их исправления. Анализ рекламных роликов. Определить вербальные и невербальные коммуникации. Работа с лекционным материалом Подготовка сообщений Обзор рекламы в различных СМИ Подбор аудио, видео, фото ряда для презентации рекламного продукта. Обзор известных брендов и их описание.		83	ПК 5.1. ПК 5.2.

<p>Учебная практика Виды работ Характеристика объекта практики Организация деятельности по работе с заказчиком. Проведение поиска клиентов Выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи Осуществление поиска различных рекламных идей Изучение порядка размещения и сопровождения заказа Изучение нормативных и руководящих документов по выполнению работ по профессии рекламный агент Тестирование рекламы и определение ее эффективности Изучение порядка работы по поиску новых клиентов Организация первичной работы с заказчиками Индивидуальная работа с клиентом. Подготовка Индивидуальная работа с клиентом.</p>	144	ПК 5.1. ПК 5.2. 3
<p>Производственная практика (по профилю специальности). Виды работ: Поиск клиентов, ведение клиентской базы; Консультирование клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам; Заключение договоров на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам; Составление плана и предоставления отчетности по продажам.</p>	36	ПК 5.1. ПК 5.2.

1. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной программы ПМ.05 требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин и лаборатории информационных и коммуникационных технологий

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя; - аудиторная доска для письма;
- столы по числу рабочих мест обучающихся.

Технические средства обучения:

- мультимедиа проектор;
- персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- лазерный принтер;
- сканер;
- устройства вывода звуковой информации: звуковые колонки;
- справочная правовая система ГАРАНТ Платформа F1; - операционная система Windows XP;
- офисные программы Microsoft: Word, Excel , PowerPoint;
- электронные средства образовательного назначения, реализованные на CD- , по курсу «Агент рекламный»;
- программные средства автоматизации создания учебно- методических пособий, тестовые оболочки, пособий для самостоятельной работы, сборников упражнений.

1.2. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Нормативные акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 "О защите прав потребителей"
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"

Основные источники:

1. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-reklamy-426478

Дополнительные источники:

3. Основы рекламы: учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2019. - 240 с. - (ПРОФИЛЬ). - ISBN 978-5-98281-271-1. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009460> (дата обращения: 21.02.2021). - Текст: электронный. – Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт информационной справочно-правовой системы Консультант Плюс - [http:// www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)
2. Официальный сайт информационной справочно-правовой системы Гарант - [http:// www.garant.ru/](http://www.garant.ru/)
3. Официальный сайт Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации - [http:// www.ombudsmanrf.ru/;](http://www.ombudsmanrf.ru/)
4. Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации

- Федерации - <http://www.duma.gov.ru/>
5. Официальный сайт Президента РФ - [http:// www.president.kremlin.ru/](http://www.president.kremlin.ru/)
 6. Официальный сайт Правительства РФ - [http:// www.government.gov.ru/](http://www.government.gov.ru/)
 7. Официальный сайт Конституционного Суда РФ- [http:// www.ks.rfnet.ru/](http://www.ks.rfnet.ru/)
 8. Официальный сайт Верховного Суда РФ - [http:// www.supcourt.ru/](http://www.supcourt.ru/)
 9. Официальный сайт Генеральной прокуратуры РФ -[http:// www.genproc.gov.ru/](http://www.genproc.gov.ru/)
 10. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека - [http:// www.rospotrebnadzor.ru/](http://www.rospotrebnadzor.ru/)
 11. Официальный сайт Государственной регистрационной палаты при Министерстве юстиции РФ - [http:// www.palata.ru/](http://www.palata.ru/)
 12. Время рекламы: каталог СМИ России <http://advtime.ru>
 13. Рекламные идеи: о брендинге и креативе <http://www.advi.ru>
 14. Состав: портал о рекламе и PR <http://www.sostav.ru>
 15. Advertology: наука о рекламе <http://www.advertology.ru>
 16. AdVesti: сайт, посвященный рекламодателям <http://www.advesti.ru>
 17. Media-online: все о рекламе <http://www.media-online.ru>
 18. RWR. Реклама в России <http://www.rwr.ru>
 19. Shturmuy.ru. - портал о рекламе (УрФО) <http://www.shturmuy.ru>
 20. АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) <http://www.akarussia.ru/>
 21. Ассоциация рекламодателей <http://www.assadv.ru/>
 22. Национальная рекламная ассоциация <http://www.rosnra.ru/>
 23. РФР (Ассоциация Рекламная Федерация Регионов) <http://www.rfr.ru/>
 24. РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью) <http://www.raso.ru/>
 25. Технологии брендинга www.allbranding.ru
 26. Русбренд (содружество производителей торговых марок) <http://www.rusbrand.com/>
 27. Аналитический Центр Видео Интернешнл <http://www.acvi.ru/>
 28. Comcon <http://www.comcon-2.ru/>
 29. TNS www.tns-global.ru
 30. Adme. Креативная реклама <http://www.adme.ru>

1.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Основная профессиональная образовательная программа обеспечивается учебно-методическими комплексами (УМК): лекционным материалом, методическими указаниями по проведению практических, семинарских занятий, методическими рекомендациями по выполнению самостоятельной работы, контрольно-измерительными материалами.

Для формирования профессиональных компетенций, для укрепления и развития мотивации на парах применяются активные методы обучения: средства ИКТ, метод проектов, парацентрическая технология, анализ проблемных ситуаций, использование дидактических материалов с занимательным содержанием. Выбор метода активного обучения определяется дидактической задачей занятия.

Студенты имеют доступ к сети Интернет и библиотечному фонду. Консультации для студентов организуются через электронную почту на почтовом сервере ОУ и индивидуально согласно составленному графику консультаций.

Образовательное учреждение предоставляет обучающимся возможность работы со справочно-правовыми системами и специальными программными продуктами.

При реализации профессионального модуля предусматривается учебная практика и производственная практика (по профилю специальности).

1.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам:

- наличие высшего профессионального образования соответствующего профиля преподаваемого модуля;
- опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы

не менее 3 лет;

- прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

- наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля;
- опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы не менее 3 лет;
- прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, а также при прохождении практики по профилю специальности.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные звания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
<p>уметь:</p> <p>контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;</p> <ul style="list-style-type: none">– пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки– графических изображений;– использовать технологии цифровой фотографии;– оцифровывать текстовую и графическую информацию;– различать элементы нормированной и ненормированной речи;– владеть нормами словоупотребления;– находить и исправлять в текстелекстические ошибки;– употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой.– редактировать любые виды текстов	<p>Устный опрос, презентация творческих работ, экзамен</p>

<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – - основные виды производства рекламного продукта; – правила составления текстов рекламных объявлений; – основные средства компьютерной обработки информации; – основы цифровой фотографии; – средства информационно-коммуникационного обеспечения; – направления рекламной работы; – содержание рекламной информации; – применяемые средства рекламы; – рекламные мероприятия; – понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности; – признаки литературного языка и типы речевой нормы; 	<p>Устный опрос, презентация творческих проектов, экзамен</p>
<ul style="list-style-type: none"> – основные компоненты культуры речи (владение языковой, литературной нормой, – соблюдение этики общения, учет коммуникативного компонента); – особенности русского ударения, литературное произношение; – функциональные стили русского языка, способы и приемы использования языковых ресурсов; приемы редактирования текстов. 	

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.

Результаты обучения (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1. Организационная деятельность по работе с заказчиком	знает основные виды производства рекламного продукта; умеет взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения.	Фронтальный устный опрос; игровое моделирование «Переговоры с рекламными агентствами»
ПК 5.2. Размещение и сопровождение заказа	знает правила составления текстов рекламных объявлений умеет создавать и оформлять простых текстов рекламных объявлений использует информационные технологии для составления и оформления рекламных объявлений.	Индивидуальный устный опрос; творческое (конструктивное) задание - создание, редактирование рекламных текстов
	знает направления рекламной работы; знает требования к содержанию рекламной информации; разрабатывает рекламную кампанию .	Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.
	знает средства информационно-коммуникационного обеспечения рекламной деятельности; умеет использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.	Комбинированный опрос; ситуативное задание Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.

	знает основные средства компьютерной обработки информации; умеет использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации	Комбинированный опрос; решение профессиональной задачи. Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.
	знает применяемые средства рекламы; умеет взаимодействовать со СМИ по вопросам размещения рекламы.	Тестирование; ролевая игра «Взаимодействие со СМИ»
	знает основы цифровой фотографии; использует информационные технологии для получения и обработки графической информации.	Индивидуальный опрос; ситуативное задание - создание и обработка изображений
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; 2. Демонстрирует устойчивый интерес к будущей профессии 3. Качественно выполняет профессиональную деятельность 4. Применяет знания на практике	Накопительное оценивание; Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	-Понимает суть профессиональных задач -Выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; - Умеет формулировать цель и задачи предстоящей профессиональной деятельности; - Умеет представить конечный результат деятельности в полном объеме;	Экспертная оценка практической работы

<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Умеет определять проблему в профессионально ориентированных ситуациях; 2. Умеет планировать поведение в</p>	<p>Экспертная оценка выполнения предпринимаемых действий по решению проблемы (инструкция)</p>
	<p>профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносить коррективы, контролировать ситуацию; 3. Отвечает за принятое решение</p>	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Извлекает и анализирует информацию из различных источников; 2. Владеет способами поиска и анализа информации; 3. Умеет самостоятельно работать с информацией; 4. Умеет пользоваться словарями, справочной литературой;</p>	<p>Интерпретация результатов деятельности обучающихся при анализе информации</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>1. Понимает области применения различных компьютерных программ; 2. Владеет элементарными компьютерными навыками; Работает с информационными справочно-правовыми системами 4. Выбирает компьютерную программу в соответствии с решаемой задачей 5. Использует ПО для решения профессиональных задач; 6. Пользуется электронной почтой, ресурсами локальных и глобальных информационных сетей</p>	<p>Экспертная оценка защиты проекта</p>

<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Использует конструктивные способы общения с коллегами, руководством, клиентами;</p> <ol style="list-style-type: none">2. Грамотно ставит и задает вопросы;3. Координирует свои действия с другими участниками общения;4. Контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение;5. Умеет воздействовать на партнера общения и др.6. Понимает общие цели.	<p>Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе тренинга</p>
---	---	---