

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПО «ММК»
_____ Я.А. Елинская

Приказ № 2-ОД от 22.03.2021г



**ПМ. 04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

рабочая программа профессионального модуля
по специальности **42.02.01 Реклама**

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт программы профессионального модуля.....	4
2. Результаты освоения профессионального модуля.....	8
3. Структура и содержание профессионального модуля	9
4. Условия реализации программы профессионального модуля	24
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	32

1. Паспорт программы профессионального модуля.

1.1. Область применения рабочей программы профессионального модуля.

Рабочая программа учебной профессионального модуля Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО

42.02.01 Реклама, разработанной в соответствии с ФГОС СПО.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

1.2. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Профессиональный модуль ПМ.04 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности относится к профессиональному циклу (профессиональные модули) обязательной части основной профессиональной образовательной программы.

1.3. Цели и задачи изучения профессионального модуля – требования к результатам освоения.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен **иметь практический опыт:**

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен **уметь:**

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен **знать:**

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля.

Всего – 426 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 296 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 50 часов;
самостоятельной работы обучающегося 232 часа;
учебной и производственной практике – 144 часа

2. Результаты освоения профессионального модуля.

Код	Наименование результатов обучения
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

3. Структура и содержание профессионального модуля.

3.1. Тематический план профессионального модуля.

Коды ПК	Наименования разделов ПМ	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и)	Объем времени, отведенный на освоение МДК (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося			УП, часов	ПП (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. л/р, п/з, 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 4.1-4.3	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	282	232	28		23 2			
ПК 4.1-4.3	Учебная практика	36						36	
ПК 4.1-4.3	Производственная практика (по профилю специальности)	108							108
	Всего	426	232	28		23 2		36	108

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Раздел 1. Менеджмент и его роль в повышении эффективности деятельности предприятия		124	
Тема 1.1. Сущность и содержание менеджмента	Содержание учебного материала Сущность и содержание менеджмента, как системы и вида деятельности. Субъект и объект менеджмента. Содержание понятий «менеджмент» и «управление». Цели и задачи управления. Философия, функции, уровни и принципы управления. Разнообразие моделей менеджмента.	8	Ознакомительный
	Практические занятия 1. Развитие теории и практики менеджмента. 2. Научные подходы к менеджменту. 3. Менеджмент, как особый вид профессиональной деятельности. 4. Цели и задачи эффективного управления организацией. Реферат Тестовое задание №1		
	Самостоятельная работа обучающихся Особенности управления крупными предприятиями и малыми		
		6	Репродуктивный
		6	Продуктивный

	фирмами. Историческое развитие менеджмента: основные концепции. Особенности развития менеджмента в России. Вклад Генри Форда в менеджмент. Теория активных систем. Сообщение			
Тема 1.2 Функции менеджмента	Содержание учебного материала 1. Виды менеджмента. 2. Функции менеджмента. Функция планирования. Технология разработки плана развития предприятия. Организация производства и труда. Мотивация персонала. Контроль. Процесс коммуникации (координации) в организации. Практические занятия 1. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. 2. Характеристика основных принципов и методов управления. Реферат Тестовое задание №2 Самостоятельная работа 1. Сущность цикла менеджмента. 2. Содержание процесса управления. 3. Взаимосвязь отдельных функций управленческого цикла. Сообщение	14		Продуктивный

Тема 1.3 Предприятие, как объект экономики	Содержание учебного материала		
	Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Организационная структура. Типы организационных структур. Взаимодействие структурных подразделений.	8	Продуктивный
	Практические занятия Организационная структура. Пирамида управления. Реферат Тестовое задание №3	8	Репродуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Структура управления предприятием. Понятие предприятия и его роль в рыночные экономики. Сообщение	10	Продуктивный
	Содержание учебного материала		
Тема 1.4 Способы и стили управления. Управленческие решения.	Понятие управленческого решения и его место в процессе управления. Стили управления. Принятие управленческих решений. Классификация управленческих решений. Виды управленческих решений. Факторы, влияющие на процесс принятия решений.	2	Продуктивный
	Практические занятия Сочетание стилей руководства. Стадии принятия управленческих решений. Групповое принятие решений.	2	Репродуктивный

Тема 1.5 Управление конфликтами в организации	Реферат			
	Самостоятельная работа обучающихся Стадии рационального управленческого решения. Сообщение	2		Ознакомительный
	Содержание учебного материала Управление конфликтом. Понятие конфликта, его природа. Конструктивные начала конфликта. Причины конфликтов. Типы конфликтов в зависимости от уровня организационного взаимодействия. Структурные методы управления конфликтом. Стили разрешения межличностных и внутригрупповых конфликтов.	6		Ознакомительный
	Практические занятия Стресс и управление им в деятельности руководителя. Причины стрессов. Конструктивные и деструктивные причины стрессов. Методы и стили избегания стрессов. Психопсихология стрессов в деятельности руководителя. Реферат	6		
	Самостоятельная работа Рефераты: «Способы управления конфликтами на предприятии» «Стресс и управление им в деятельности руководителя». «Причины стрессов».	6		

	«Конструктивные и деструктивные причины стрессов».			
	Содержание учебного материала			
Тема 1.6 Функциональные области менеджмента	Особенности менеджмента отдельных сфер. Стратегический менеджмент. Инновационный менеджмент. Международный менеджмент.	2		Продуктивный
	Практические занятия Особенности менеджмента отдельных сфер. Стратегический менеджмент. Инновационный менеджмент. Международный менеджмент. Реферат	2		Продуктивный
	Самостоятельная работа Что такое международный рекламный менеджмент? Что влияет на рекламу и рекламные цели на международном уровне. Какие трудности существуют перед фирмой, которая работает на международном рынке и организует свою рекламную кампанию? Охарактеризуйте международный рекламный коммуникативный процесс. Презентация.	2		Продуктивный
Тема 1.7 Финансовый менеджмент	Содержание учебного материала			
	Финансовый менеджмент	2		Репродуктивный
	Практические занятия	не предусмотрено		

	Самостоятельная работа	не предусмотрено	
Тема 1.8 Менеджмент управления персоналом	Содержание учебного материала		
	Менеджмент управления персоналом.	2	Репродуктивный
	Практические занятия	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа Сообщение: «Управление персоналом, важные аспекты».	2	Репродуктивный
Раздел 2. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		128	
Тема 2.1 Менеджмент в реklamной деятельности	Содержание учебного материала		
	Предмет и основные понятия менеджмента в рекламной деятельности: определение, сущность, категории, классификация. Функции менеджмента в рекламной деятельности. Субъекты и объекты менеджмента в рекламной деятельности. Специфика менеджмента в рекламной деятельности. Краткая характеристика субъектов рекламного рынка: рекламодатели, рекламные агентства, средства массовой информации. Менеджер, его место и роль в организации.	10	Продуктивный

	Практические занятия Функции менеджмента в рекламной деятельности. Субъекты и объекты менеджмента в рекламной деятельности. Реферат	10	Продуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Проблемы менеджмента в рекламной деятельности. Сообщение	10	Ознакомительный
	Содержание учебного материала		
	Планирование рекламной деятельности: цели и задачи. Рекламные планы, как компонент системы маркетингового планирования. Этапы планирования и их специфика, задачи. Медиапланирование, как одно из направлений планирования в рекламной деятельности. Управление отношениями субъектов рекламного рынка.	6	Продуктивный
Тема 2.2 Функции управления в рекламной деятельности: планирование	Практические занятия Содержание и элементы планирования. Понятие маркетингового планирования в деятельности организации. Сущность и задачи медиапланирования, как одного из направлений планирования в рекламной деятельности. Планирование рекламной деятельности. Реферат	6	Репродуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию маркетингового плана на примере продвижения услуг рекламного агентства.	6	Продуктивный
	Содержание учебного материала		

Тема 2.3 Организация и координация рекламной деятельности	Цель, содержание и результаты выполнения функции организации в рекламном менеджменте. Функции и задачи рекламного отдела на предприятии. Организационная структура рекламной службы фирмы. Организация маркетинговой службы. Децентрализованное, централизованное, смешанное управление рекламной кампанией.	14	Ознакомительный
	Практические занятия Функции и задачи рекламного отдела на предприятии. Реферат	14	Репродуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Разработать структуру отдела маркетинга и рекламы на предприятии. Разработать организационную структуру рекламного агентства. Кроссворд «Функции отдела рекламы».	10	
	Содержание учебного материала		
Тема 2.4 Контроль рекламной деятельности	Понятие, цели, принципы контроля. Основные элементы контроля рекламной деятельности. Уровни контроля. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы. Процедуры тестирования рекламы и их характеристика. Стратегический и тактический контроль внутри организации. Применение результатов контрольных исследований. Меры борьбы с износом рекламы.	8	Продуктивный
	Практические занятия Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы. Стратегический и тактический контроль внутри организации.	8	Репродуктивный

Тема 2.5 Рекламный бюджет	Реферат			
	Самостоятельная работа обучающихся Применение результатов контрольных исследований. Меры борьбы с износом рекламы. Сообщение	8		Продуктивный
	Содержание учебного материала			
	Понятие бюджета. Факторы, определяющие размер рекламного бюджета. Методы исчисления величины рекламного бюджета. Распределение ассигнований на рекламу. Управление и контроль бюджета. Рекламный бюджет новой товарной категории, новой марки, устоявшейся марки. Качество расходов на рекламу.	6		Продуктивный
	Практические занятия Методы формирования бюджета рекламной кампании. Финансовое планирование и бухгалтерский учет расходов рекламного агентства. Реферат	6		Продуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся 1.Составить бюджет рекламной кампании (на примере школы английского языка).	6		Продуктивный

Раздел 3. Экономические основы рекламной деятельности		30	
Тема 3.1 Экономические показатели и механизм деятельности рекламной организации.	Содержание учебного материала Предприятие, как хозяйствующий субъект экономики. Организационно-правовые структуры предприятия. Экономические показатели и механизм деятельности рекламной организации. Анализ основных экономических показателей. Управление ресурсами в рекламной организации: планирование и организация эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Практические занятия Предприятие, как хозяйствующий субъект экономики. Организационно-правовые структуры предприятия. Экономические показатели и механизм деятельности рекламной организации. Анализ основных экономических показателей. Управление ресурсами в рекламной организации: планирование и организация эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Реферат Самостоятельная работа обучающихся Управление ресурсами в рекламной организации: планирование и	2	Продуктивный
		2	Продуктивный
		4	Продуктивный

	организация эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Презентация			
Тема 3.2 Понятие затрат на производство и издержек	Содержание учебного материала			
	Понятие затрат на производство и издержек.			
	Классификация затрат на производство и реализацию рекламной продукции.	4		Репродуктивный
	Рентабельность: понятие и виды. Методика расчета и классификация показателей рентабельности.			
	Практические занятия Рентабельность в рекламной деятельности: понятие и виды. Методика расчета и классификация показателей рентабельности. Реферат	4		Репродуктивный
Тема 3.3 Имущество и капитал предприятия	Самостоятельная работа обучающихся			
	Классификация затрат на производство и реализацию рекламной продукции. Сообщение	4		Продуктивный
	Содержание учебного материала			
	Уставный капитал и имущество предприятий. Финансовые ресурсы предприятия. Доходы и расходы. Сущность прибыли и ее структура. Понятие основных оборотных средств. Определение оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств.	6		Репродуктивный
	Практические занятия			

			не предусмотрено	
		Самостоятельная работа обучающихся Сообщение: «Имущество и капитал предприятия». «Финансовые ресурсы предприятия». «Показатели эффективности использования оборотных средств».	4	
Раздел 4. Репутационный менеджмент			8	
		Содержание учебного материала Управление корпоративной репутацией. Роль и значение репутации предприятия. Этапы, основные направления и средства управления репутацией. Имидж предприятия. Создание имиджа. Управление брендингом.	2	Продуктивный
		Практические занятия Самостоятельная работа обучающихся	не предусмотрено не предусмотрено	
		Содержание учебного материала Фирменный стиль в коммерческой деятельности предприятия. Брендинг. Управление брендом.	2	Продуктивный
		Практические занятия Самостоятельная работа обучающихся	не предусмотрено не предусмотрено	
		Содержание учебного материала Антикризисные коммуникации: понятие, характеристика, задачи, стратегии.	2	Продуктивный

коммуникации	Практические занятия	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся Сообщение: «Антикризисные коммуникации: понятие, характеристика, задачи, стратегии».	2	Продуктивный
Раздел 5. Регулирование рекламной деятельности		4	
Тема 5.1 Социально-правовые аспекты регулирувания рекламной деятельности	Содержание учебного материала		
	Система регулирования рекламного бизнеса. Государственное регулирование рекламного бизнеса в РФ.	2	Репродуктивный
	Практические занятия	не предусмотрено	Продуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Сообщение: «Система регулирования рекламного бизнеса, социально правовые аспекты».	2	
Всего:		426	

4. Условия реализации программы профессионального модуля.

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

4.2. Информационное обеспечение обучения (основная литература, дополнительная литература, периодические издания, интернет-ресурсы)

Основная литература:

1. Виханский О. С. Менеджмент: Учебник для ср. спец. учеб. заведений / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=895219>
2. Казначевская Г.Б. Менеджмент : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2018. — 240 с. — Для СПО. <https://www.book.ru/book/926126/view2/1>
3. Грибов В.Д. Менеджмент : учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2017. — 280 с. — Для СПО. <https://www.book.ru/book/925916/view2/1>
4. Мазилкина Е.И. Менеджмент : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 197 с. — (Среднее профессиональное образование). <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=754605>
5. Кнышова, Е.Н. Менеджмент: Учебное пособие/Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.- (Профессиональное образование) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492807>

Дополнительная литература:

1. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник /В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520466>
2. Шишова Н.В. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

3. Рекламная деятельность [Текст] : учебник / Под ред. В.Д.Секерина. - М. : Инфра-М, 2013. - 282 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=350960>

4.3. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Содержание среднего профессионального образования и условия организации обучения обучающихся с особыми образовательными потребностями определяются адаптированной образовательной программой.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья на факультете среднего профессионального образования академии осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Специальные условия воспитания и развития таких обучающихся, включают в себя:

- использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания,
- использование специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов по дисциплинам специальности,
- оснащение здания системами противопожарной сигнализации и оповещения с дублирующими световыми устройствами, информационными табло с тактильной (пространственно-рельефной) информацией и др.
- специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, например, использование мультимедийных средств, наличие оргтехники, слайд-проекторов, электронной доски с технологией лазерного сканирования;

- обеспечение возможности дистанционного обучения (электронные УМК для дистанционного обучения, учебники на электронных носителях и др.)
- предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь,
- наличие компьютерной техники и специального программного обеспечения, адаптированных для инвалидов и лиц с ОВЗ;

4.4. Общие требования к организации образовательного процесса.

4.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение к ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, осуществляется наличием следующих причин:

- различий между системами ценностей субъектов, оказывающих влияние на образовательный процесс;
- последовательного и необратимого перехода от единообразия учебных программ,
- качества и актуальности перечня источников по направлениям;
- усиления регионализации образовательных систем;
- опыт работы педагогического работника в соответствии с областью деятельности по специальности.

Основное внимание педагогического коллектива на факультете среднего профессионального образования сосредоточено на повышении качества обучения и воспитания, четкой организации занятий по усовершенствованию учебных программ, умелом использовании новых норм оценки знаний, умений, навыков обучающихся, усилению практической направленности обучения, преодоления формализма в оценке результатов труда обучающегося. Преподавателями осуществляется качественный переход, совмещение навыков и реализация образовательных технологий учебной и воспитательной работы в соответствии с направлением полученного образования для актуализации образовательного процесса обучающихся.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	– рациональность построенного плана для размещения и сопровождения заказа – самостоятельность при работе с нормативной документацией	Текущий контроль в форме: – защиты практических занятий; – контрольных работ по темам МДК – Теоретический опрос – Тестовый контроль – Домашние задания – Самостоятельные работы – Дифференцированный зачет по МДК. – Защита курсового проекта
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	– рациональность построенного плана для размещения и сопровождения заказа – самостоятельность при работе с нормативной документацией	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	– достоверность и презентативность полученных данных – логичность и объем сделанных выводов – самостоятельность выполнения исследования – скорость определения и поиска нормативной документации	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии	Текущий контроль в форме: – защиты практических занятий; – контрольных работ по темам МДК – Теоретический опрос – Тестовый контроль – Домашние задания – Самостоятельные работы – Дифференцированный зачет по МДК. – Защита курсового проекта
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– рациональность планирования и организации деятельности по разработке и созданию рекламного продукта, – своевременность сдачи заданий, отчетов, проектов – обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов при создании рекламного продукта;	

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– работа на ПК	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– внесение аргументированных предложений по поводу решения задачи; – проявление внимания к точке зрения членов команды; – объективная оценка вклада других; – предотвращение или продуктивное урегулирование конфликтов	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– анализ инноваций в области разработки ПП	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской	– использование знаний и навыков в области	

деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	разработки ПП при исполнении воинской обязанности	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области предпринимательства	