

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.05. ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ  
ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, СЛУЖАЩИХ**

*(20032 Агент рекламный)*

**Заочная форма обучения**

Рабочая программа ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный) разработана в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 N 510

Разработчик: Скокова О.В.

Согласовано с работодателем: финансовым директором PR-агентства «PRIORA» Бузыгиным Сергеем Анатольевичем.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>6</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>8</b>
<b>4 .УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>27</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>29</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05. ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, СЛУЖАЩИХ (20032 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ)

## 1.1. Область применения учебной программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный) и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

## 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 (20032 Агент рекламный), в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1	Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов.
ПК 5.2	Создавать сценарии и рекламные тексты.
ПК 5.3.	Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.
ПК 5.4.	Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта.
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.
ОК10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями

	предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными и общими компетенциями, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт, умения и знания

<b>Результаты (освоенные ПК и ОК)</b>	<b>Код и наименование практического опыта</b>	<b>Код и наименование умений</b>	<b>Код и наименование знаний</b>
ПК 5.1-ПК 5.4 ОК 1-11	ПО 1 консультирования клиента по предлагаемому товару, услуге; ПО 2 ведения отчетности; ПО 3 знания видов и типов рекламы; ПО 4 знания методов продажи рекламного продукта.	У1 выбирать вид рекламы для реализации рекламной идеи; У2 планировать и подготавливать рекламные сообщения; У3 соблюдать соответствие рекламной идеи изготовлению рекламной продукции; У4 тестировать эффективность рекламы; У5 работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	31 виды рекламы; 32 основы организационной рекламной деятельности; 33 методы и приемы информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях 34 основы организации связи со средствами массовой информации; 35 методы подготовки и сбора рекламных материалов; 36 порядок подготовки рекламных кампаний; 37 оценку эффективности рекламы.

### 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),
			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 5.1-5.4 ОК 1-11	МДК 05.01. Освоение рабочей профессии «Агент рекламный»	111	6	2	-	105		-	
ПК 5.1-5.4 ОК 1-11	Производственная практика	108							108
	<b>Всего:</b>	<b>219</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>105</b>		<b>-</b>	<b>108</b>

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся	Обязательная учебная нагрузка (час)			Умения, знания		Информационно-техническое обеспечение		Формы и виды контроля
			Теоретические	Лабораторно-практические	Самостоятельная работа	У	З	Информационные источники	Средства обучения	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>МДК 05.01. Освоение рабочей профессии «Агент рекламный»</b>			4	2	105					
Тема 1.1. Основные понятия рекламной деятельности.	Роль рекламы в развитии общества. Основные понятия и определения.	Р.1.О Составление таблицу по основным понятиям и определениям в рекламной деятельности. <i>Задания для самостоятельной работы:</i> 1. Разработка презентации на тему «История рекламы на Западе». 2. Разработка презентации на тему	4	2	26	У1-У5	З1-З7	1.1-14 2.1-22	1,2	Проверка выполнения Р.1.О.

		«История рекламы в России».								
Тема 1.2. Организация и технология рекламной деятельности	Цели, задачи и общие требования к рекламе. Виды рекламной деятельности.	Р.2.О Составление таблицы по определению социальной рекламы			26	У1-У5	31-37	1.1-14 2.1-22	1,2	Проверка выполнения Р.2.О.
Тема 1.3. Рекламные средства и их применение.	Правовое регулирование рекламной деятельности. Определение структуры рекламного рынка Средства распространения рекламы. Рекламное сообщение: содержание, форма, структура. Рекламный процесс (принципиальная схема, участники составляющие).	Р.3.О Правовое регулирование рекламной деятельности. Р.4.О Средства распространения рекламы. Р.5.О Разработка текста для радиорекламы Р.6.О. Разработка текста для интернет-статьи (4 часа) <i>Задания для самостоятельной работы:</i> 1. Разработка презентации на тему: «Понятие «бренд» и его значения в рекламной деятельности»			26	У1-У5	31-37	1.1-14 2.1-22	1,2	Проверка выполнения Р.3.О.- Р.6.О.



<p>Тема 1.4. Управление рекламной деятельность ю.</p>	<p>Рекламные агентства: организационная структура и их основные функции. Понятие рекламной компании, Медиапланирование Особенности рекламных компаний, особенности современного этапа развития рекламы. Планирование и составление бюджета рекламной компании Формирование финансовых документов рекламной компании.</p>	<p>Р.7.О. Рекламные агентства: организационная структура и их основные функции. Р.8.О. Планирование бюджета рекламной компаний, оценка эффективности рекламной деятельности. Р.9.О. Планирование и составление бюджета рекламной компаний. Р.10.О Формирование финансовых документов рекламной компании. <i>Задания для самостоятельной работы:</i> 1. Разработка презентации рекламного продукта для женщин. 2. Разработка презентации рекламного продукта для мужчин. 3. Разработка презентации</p>			27	У1-У5	31-37	1.1-14 2.1-22	1,2	<p>Проверка выполнения Р.7.О.- Р.10.О</p>
---	--	---	--	--	----	-------	-------	------------------	-----	---

		рекламного продукта для детей. 4. Разработка презентации нового рекламного продукта								
<b>ВСЕГО</b>			<b>4</b>	<b>2</b>	<b>105</b>					
<p><b>Производственная практика</b> Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ознакомление со структурой организации.</li> <li>2. Изучение стратегии размещения рекламы в печатной продукции.</li> <li>3. Изучение стратегии размещения рекламы в интернете.</li> <li>4. Разработка и создание рекламного текста.</li> <li>5. Разработка и создание рекламных макетов.</li> </ol>										Защита отчёта по практике

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

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

Реализация программы модуля предполагает наличие теоретического кабинета.

1. Технические средства обучения: видеопроектор, компьютер.

Оборудование кабинета:

2. Столы, стулья, книжные стеллажи, экран, компьютер, проектор.

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

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий:**

#### **1. Основные источники:**

1.1 Бочарова Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 88 с.

1.2 Зубков С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / С. А. Зубков. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 152 с.

1.3 Кольшклина Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для СПО / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с.

1.4 Комиссарова М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с.

#### **2. Дополнительные источники**

2.1 Крайнов Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с.

2.2 Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 238 с.

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Освоению данного профессионального модуля должно предшествовать изучение дисциплины «Экономика организации», ПМ 01. «Разработка и создание дизайна рекламного продукта», ПМ 03. «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

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

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля и специальности.