

Документ подписан электронной подписью
Информация о владельце: Министерство образования и науки Челябинской области
ФИО: Загвоздина Любовь Генриховна Автономная некоммерческая организация
Должность: Директор профессионального образования
Дата подписания: 28.09.2025 11:41:22 «Челябинский колледж Комитент»
Уникальный программный ключ: 8ea9eca0be4f6fdd53da06ef67a1ff16a1480ab (АНОПО «Челябинский колледж Комитент»)

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
на базе среднего общего образования

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 21 июля 2023 г. N 552)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы, протокол № 10 от 27.05.2025 г.

Автор-составитель: Бикоева О.А., к.п.н., председатель ЦМК дисциплин дизайна и рекламы

Согласовано с представителем работодателя:

ООО «St.Art», директор

Д.М. Хохряков

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля 4
2. Структура и содержание профессионального модуля 7
3. Условия реализации программы профессионального модуля 16
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля 17

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

1. Место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы специальности 42.02.01 Реклама.

2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате освоения профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для получения и несложной обработки текстовой и графической информации.

уметь:

- общаться с коллегами, руководством, деловыми партнерами и клиентами;
- пользоваться вербальными и невербальными средствами общения;
- применять основные правила и нормы поведенческого этикета;
- применять правовые знания для решения профессиональных задач;
- составлять, обрабатывать и регистрировать финансовую и бухгалтерскую документацию;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- 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;

знать:

- основы эстетической и этической культур;
- основы психологии общения;
- основы делового имиджа;
- элементы речевого этикета и основные требования к речи;
- требования к ведению деловых переговоров, делового диалога по телефону;
- основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- основы бухгалтерского учета;
- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- стадии разработки рекламного продукта;

- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- правила составления текстов рекламных объявлений;
- основные средства компьютерной обработки графической информации;
- основы цифровой фотографии;
- основные технологии производства рекламного продукта;
- основные виды коммуникационных технологий в рекламе.
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- содержание рекламной информации.

В результате освоения профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих должен освоить основной вид деятельности: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

Общие компетенции (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.

Профессиональные компетенции (ПК):

- ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов, по предоставлению рекламных услуг на основе правовых норм, регулирующих взаимоотношения по оказанию услуг.
- ПК 5.2. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
- ПК 5.3. Вести переговоры с заказчиками.
- ПК 5.4. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта, со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
- ПК 5.5. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа, для продвижения рекламы;
- ПК 5.6. Владеть приемами создания, оформления и обработки простых рекламных текстов и изображений с использованием компьютерных технологий
- ПК 5.7. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя

Личностные результаты(ЛР):.

Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	ЛР 22
Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием	ЛР 23
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 24
Активно применять полученные знания на практике.	ЛР 25

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.								
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем							Самостоятельная работа, час.	Экзамен по профессиональному модулю, час.
			Обучение по МДК			Практическая подготовка			Консультации, час.		
			Всего час.	В том числе		Лаб. раб./практические занятия	Курсовых работ	Лаб. раб./практические занятия			
Лаб. раб./практические занятия	Курсовых работ	Лаб. раб./практические занятия		Учебная час.	Производственная (по профилю специальности) час.						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25	МДК 05.01 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный	144	144	48		48				48	
	УП.05 Учебная практика	36					36				
	ПП.05 Производственная практика(по профилю специальности)	36						36			
	ПМ.05.ЭК Экзамен по профессиональному модулю										
	Всего:	216	144	48		48	36	36		48	

3.1. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Наименование разделов профессионального модуля и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	В форме практической подготовки	Осваиваемые элементы компетенций и личностные результаты
1	2	3	4	5
Раздел 1. Организация деятельности по работе с заказчиком				
Тема 1.1 Введение в рекламную деятельность	Содержание учебного материала	10		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Субъекты рекламного процесса и их взаимодействие. Целевая аудитория рекламного сообщения. Кто такой рекламодатель. Понятие определения «рекламное агентство», виды рекламных агентств. Рекламные отделы, собственные агентства. Средства массовой информации. Поставщики (продавцы) рекламы. Потребители рекламы. Целевая аудитория. Необходимость данной информации для рекламного агента. Поиск заказчика. Способы поиска заказчика. Способ наблюдения. Метод активных продаж.	6		
	Практические занятия	4		
	Знакомство с должностной инструкцией Агент рекламный. Подробно изучить и законспектировать должностные обязанности, наличие знаний для осуществления деятельности, квалификационные требования.			
Тема 1.2 Основы делового общения с заказчиком.	Содержание учебного материала	12		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Эстетическая и этическая культура в рекламной деятельности. Понятие этики и эстетики. Личная и профессиональная этика человека. Мораль и нравственность. Золотое правило нравственности. Значение этики в рекламе. Нравственная ответственность рекламиста перед обществом. Деловое общение: виды и формы. Виды общения: вербальное, невербальное. Основы деловой риторики. Основы невербального общения: жесты, мимика, позы. Стили общения. Основы психологии общения с заказчиком. Понятие психологии. Знание психологии в профессиональной деятельности. Мимика, жесты, движения собеседника. Мотивация собеседника.	6		
	Практические занятия	6	6	

	Вербальные и невербальные средства общения с коллегами и заказчиком (на примере коллективного обсуждения нового заказа или первой встрече с клиентом). Составление правил общения с коллегами руководством, деловыми партнерами и клиентами.			
Тема 1.3 Деловые переговоры.	Содержание учебного материала	10		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Значение делового имиджа в бизнесе Понятие имиджа. Имидж предприятия, корпоративный имидж. Имидж делового человека. Мужской деловой имидж, женский деловой имидж. Культура поведения. Деловой этикет. Речевой этикет. Требования к речи. Правила этикета в процессе переговоров. Формула идеального общения по Станиславскому 20/80. Этические и правовые рамки деловых переговоров. Деловой этикет, его функции и значение на переговорах. Национальные особенности и традиции делового этикета. Переговоры как искусство общения. Деловая беседа. Типы подходов к ведению переговоров (мягкий, жесткий, принципиальный), их характеристика, достоинства и недостатки. Тактика позиционного нажима и способы её нейтрализации. Методы ведения переговоров. Установление контакта с партнерами. Поиски компромисса в переговорном процессе. Правила переговоров, решение сложных ситуаций. Требования к ведению делового диалога по телефону. Подготовка к переговорам по телефону. Правила общения по телефону. Установление климата доверия. Значение интонации в телефонных переговорах.	4		
	Практические занятия	6	6	
	Составление плана деловых переговоров. Проведение деловых переговоров по телефону. Изучить основные принципы деловых разговоров по телефону. Умение договариваться о встрече. Значение интонации. Краткое формулирование делового предложения. Изученный материал оформить в доклад. Составление текста делового письма. Обычное или электронное? Состав делового письма. Стиль делового письма. Изученный материал оформить в конспект. На основе изученного написать деловое письмо к потенциальному рекламодателю. Выявление основных правил и норм поведенческого этикета. Проведение нероловой деловой игры «Деловое общение». Проведение ролевой игры «Клиент – исполнитель».			
Тема 1.4 Средства	Содержание учебного материала	4		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7,
	Средства составления оригиналов текстовых документов. Средства для обработки	4		

коммуникации в современном офисе.	документов. Текстовые редакторы персонального компьютера. Использование диктофона, видеокамеры. Средства связи: телефоны, факсы, альтернативные способы связи. Виды современной связи (телефонная связь, компьютерная телефония, радиотелефонная связь, системы сотовой радиотелефонной связи). Работа с факсом. Использование интернет технологий в рекламной деятельности. Использование интернет-ресурсов для изучения потенциального рекламодателя. Изучение рынка. Видеосвязь через интернет. Бесплатная видеосвязь Skype. Правила ведения переговоров с помощью веб-камеры. Использование ICQ - централизованной службой мгновенного обмена сообщениями. Создание прайс-листа для рекламного агентства, используя информационные и коммуникационные технологии. Использование ПК, текстовые редакторы.			ЛР 22-25
Тема 1.5 Средства оргтехники и требования безопасности труда.	Содержание учебного материала	36		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Техника безопасности работы с оргтехникой и ПК. Средства получения и обработки существующих документов – сканер. Вывод документов – принтер. Виды сканеров. Способы сканирования. Стандартные программы по работе со сканированным документом. Сканирование текста, сканирование изображения. FaneReader - программа для редактирования текста. Обработка изображений для дальнейшего применения в рекламе. Виды принтеров: цветные и ч/б. Типы принтеров: лазерные, струйные, сублимационные, матричные и т.д. Средства копирования и оперативного размножения документов -копировальная машина. Классификация копировальной техники. Основные характеристики копировального оборудования. Тиражирование раздаточного материала (листовок, коммерческого предложения).	4		
	Практические занятия	8	8	
	Знакомство с работой офисного оборудования. Сканирование графического материала. Работа в текстовом редакторе и т.д. Использование офисной оргтехники при получении и оформлении заказа. Отправка коммерческого предложения через интернет, факс. Обработка материала, полученный от клиента. Корректировка изображения, вывод его на печать. Тиражирование материала с уменьшением и увеличением изображения. Оцифровка текстовой и графической информации. Обработка полученный от заказчика материала для разработки макета.			

	Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельная работа при изучении раздела Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к лабораторным работами и практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторно-практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Способы получения заказа. 2. Изучить различные типы рекламы. 3. Назвать характеристики эффективной рекламы и найти объяснение, почему она является целенаправленной. 4. Выявить вкусы потребителей. 5. Поведенческие характеристики, влияющие на определение выбора. 6. Способы продаж рекламного места. 7. Реклама для рекламы. Механизмы рекламирования рекламных услуг. Изучение типовых инструкций по работе с оргтехникой (принтер, сканер, копир, факс и т.д.).	24		
Раздел 2. Размещение и сопровождение заказа.				
Тема 2.1 Виды рекламной деятельности. Средства распространения рекламы.	Содержание учебного материала Наружная реклама. Печатная реклама. - Основные виды наружной рекламы: рекламные щиты, афиши, транспаранты, различные вывески, электронные табло и экраны, световые экраны, лайтбоксы, и т.п. - Виды полиграфической рекламы: листовки, буклеты, визитки, фирменные бланки, каталоги, календари и т.д. -Печатные СМИ: газеты, журналы. Типы рекламы в газетах и журналах. Проведение рекламных акций. - виды рекламных акций: промоакции, рекламные мероприятия (event-маркетинг), sales promotion мероприятия. Формы акций: презентации, дегустации, семплинг и т.д. - алгоритм разработки и проведения акции. - раздаточные материалы. «Неосязаемы» виды рекламы: радио – видеореклама, интернет-реклама. - написание сценария, технологии создания радио и видеорекламы. - подготовка материалов для создания интрнет-сайтов. Виды рекламной деятельности: социальная, коммерческая, политическая. Их различие, кто является заказчиком, целевая аудитория.	8 4		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25

	Практические занятия	4	4	
	Участие в рекламных акциях в качестве исполнителя. Симуляция работы с покупателем, обрабатывание навыком убеждения заказчика о качестве и уникальности товара и т.д. Выбор и использование различных видов средств распространения рекламы. анализ оптимальных средств распространения рекламы Учет потребности заказчика.			
Тема 2.2 Выполнение рекламных заказов.	Содержание учебного материала	12		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Социально-психологические основы рекламы. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Определение целей и задач рекламного сообщения, целевой аудитории, финансовых возможностей заказчика. Стадии разработки рекламного продукта (макета или сценария). Утверждение эскизов с заказчиком. - Погружение в проблему. Способы создания макетов. - Выбор стилистики, выбор персонажей, разработка основной идеи, разработка сценария и т.д. -Проведение переговоров с заказчиком, демонстрация идеи, убеждение, поиск компромиссов. - Утверждение предварительных смет. Построение деловых отношений с производителями рекламы. Поиск необходимого рекламного агентства, контроль над выполнением заказов, построение долгосрочных партнерских отношений.	6		
	Практические занятия	4	4	
	Выработка навыков активного общения с людьми			
	Самостоятельная работа обучающихся	2		
	Составление планов проведения переговоров с поставщиками			
Тема 2.3 Оформление договорной и финансовой документации в рекламном процессе.	Содержание учебного материала	12		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Оформление и подписание договорной документации. Типовые договоры на оказание услуг/работ в рекламной деятельности. Составление собственного договора. Составление предварительной сметы. Подписание оригинал-макета. Виды финансовых документов. Основы бухгалтерского учета. -Первичные учетные документы. Их разновидности: счет, счет-фактура, приходно-расходный ордер, платежное поручение, акт приемки-сдачи работ, ведомости выполнения работ и т.д. -Сводные учетные документы (учетные регистры).	4		

	-Бухгалтерские отчеты. Их использование в рекламной деятельности. Обязанности рекламного агента при работе с документами. Основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Федеральный закон «О рекламе» в современном переиздании. Основные статьи закона, способы распространения рекламы. Регулирование закона о рекламе.			
	Практические занятия	8	8	
	Применение правовых знаний для решения профессиональных задач. Составление, обработка и регистрация финансовой и бухгалтерской документации. Создание документов на вымышленное имя рекламного агентства.			
Тема 2.4. Подготовка предварительных макетов рекламного предложения.	Содержание учебного материала	8		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Правила составления текстов рекламных объявлений Подбор стилей шрифта, размера. Компонировка текста в макете. Компонировка листовки (одно - двухсторонней), компоновка прайсов, рекламных предложений т.д. Основные средства компьютерной обработки графической информации. Основные графические редакторы, основные приемы работы в них. Элементарная корректировка изображений. Компонировка изображений для пробной печати и презентации заказчику. Цифровая фотография ее использование в рекламе. Композиционные основы фотографии. Минимальное и максимальное качество, используемое в рекламной деятельности. Адаптация фотографии для разных видов рекламы. Формирование фото отчета для клиента.	4		
	Практические занятия	4	4	
	Использовать информационные технологий для получения и несложной обработки текстовой, графической и фото информации. Использовать технологии цифровой фотографии. Создание текстового и фото отчета для клиента. Напечатать полиграфическую продукцию.			
Тема 2.5. Основные технологии производства рекламного продукта.	Содержание учебного материала	5		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Технологии изготовления интерьерной и экстерьерной рекламы. -Материалы для изготовления: композитные материалы, листовые материалы, самоклеющиеся пленки, светотехника и т.д. -Используемые технологии: широкоформатная печать, фрезерное оборудование, гравировальное оборудование и т.д. Технологии изготовления печатной рекламы.	3		

	-Материалы: различного вида бумага, фольга и пленка для ламинации, пазлы, люверсы, пружины и т.д. - используемые технологии: офсетная печать, лазерная, струйная, тампопечать, трафаретная, шелкография, флексография и т.д. Технологии изготовления сувенирной продукции. -материалы для изготовления: пластик, такни, керамика, бумага и т.д. -используемые технологии: печать на различных носителях, термопрессы, фрезерно-гравировальные станки.			
	Практические занятия	2	2	
	Применение способов оперативной полиграфии для реализации рекламного продукта.			
Тема 2.6. Основные виды коммуникационных технологий в рекламе.	Содержание учебного материала	27		ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Средства информационно-коммуникационного обеспечения рекламного процесса. Место рекламы в коммуникационном процессе «производитель – потребитель», «продавец – заказчик». Этические нормы рекламы в процессе коммуникаций. Содержание учебного материала учебного материала учебного материала рекламной информации. Виды современных коммуникационных технологий. Локальные компьютерные сети, сеть интернет, электронная почта, телеконференция. Способы использования разных технологий коммуникации в работе рекламного агента.	3		
	Практическая работа	2	2	
	Использование коммуникационных технологий для продвижения рекламы.			ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	Самостоятельная работа учащихся	22		
	Самостоятельная внеаудиторная работа Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к лабораторным работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторно-практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Структура радио, радиорекламы, аудитории, радио, преимущества и недостатки радиорекламы. 2. Структура телевидения, телевизионной рекламы, аудитория телевидения, преимущества и недостатки телевизионной рекламы. 3. Различия между интерактивными и более традиционными средствами распространения рекламы. 4. Работа рекламы в интернете. 5. Основные правовые факторы регулирования рекламной деятельности. 6. Этические нормы поведения работников рекламной сферы.			

	7.Особенности работы с заказчиком рекламы в зависимости от вида торговли.			
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет			ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
Итого		144	48	
Практическая подготовка	2 семестр			ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
	УП.05 Учебная практика	36	36	
	ПП.05 Производственная практика (по профилю специальности)	36	36	
Промежуточная аттестация	Квалификационный экзамен			ОК 1-11, ПК 5.1-5.7, ЛР 22-25
Всего		216	120	

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы дисциплины должно быть предусмотрено следующее специальное помещение: **Кабинет экономики и менеджмента**. Помещение кабинета должно соответствовать требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178–02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Экономики и менеджмента.

Оборудование учебного кабинета:

Парты (2-х местная)

Стулья

Стол преподавателя

Стул преподавателя

Компьютер

Доска меловая

Кабинет экономики и менеджмента обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения

Библиотека, читальный зал с выходом в Интернет

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Автоматизированное рабочее место библиотекаря

Автоматизированное рабочее место читателей

Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ

Принтер

Сканер

Стеллажи для книг

Кафедра

Выставочный стеллаж

Каталожный шкафа

Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)

Помещение для самостоятельной работы

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Автоматизированные рабочие места обучающихся

Парты (2-х местные)

Стулья

Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду АНОПО «Челябинский колледж Комитент», с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1 1. Рамендик, Д. М. Психология делового общения : учебник и практикум для СПО / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 207 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/734CB85C-BC71-40A2-B7DD-CD9C7C490D80

2. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение : учебник и практикум для СПО / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09063-5. — Режим доступа : www.biblioonline.ru/book/8ACC172C-23BA-4839-9330-BD6F64BF233C 27

3. Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для СПО / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 437 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00962-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/58574FAE-8EC8-4A02-A773-AF6F1BC2147B

4. Бороздина, Г. В. Психология общения : учебник и практикум для СПО / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 463 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00753-4.

Дополнительная литература:

1. Собольников, В. В. Этика и психология делового общения : учебное пособие для СПО / В. В. Собольников, Н. А. Костенко ; под ред. Н. А. Костенко. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06957-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9783EDA1-3DD0-4C4ABC3A-DCCE52FB8486

2. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов ; под общ. ред. А. П. Панфиловой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03228-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/82FA4372-C48B-4106-88BC-0E2650246585

3. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 258 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03233-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D6B82178-F5C5-4091-8AA0-AECF4E1482FE

4. Карпов, А. В. Этика и психология профессиональной деятельности : учебник для СПО / А. В. Карпов ; под ред. А. В. Карпова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9027-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8FABC118-429D-447C-B769-E72ED73FD130

5. Лавриненко, В. Н. Деловая культура : учебник и практикум для СПО / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 118 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08209-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/91868CCC-7F6D-409A8350-01D27A5164E5

Интернет-ресурсы

1. <http://www.lama-s.ru>

2. <http://www.admos-gifts.ru>

3. <http://www.coffee-break.ru>

4. <http://www.sportwear.ru>

5. <http://freepapers.ru/99/reklamnye-suvniry-vidy-osobennosti-proizvodstva/>

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
иметь практический опыт: -ведения переговоров с заказчиком; -использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; -оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; -организации связи со средствами массовой информации; -работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; -использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы; -использования информационных технологий для получения и несложной обработки	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении	Оценка результатов выполнения практических работ. Проверка рефератов. Выполненных заданий Устный опрос Заслушивание и оценивание сообщений, обсуждение и размышления. Дифференцированный зачет.

текстовой и графической информации. уметь: -общаться с коллегами, руководством, деловыми партнерами и клиентами; -пользоваться вербальными и невербальными средствами общения; -применять основные правила и нормы поведенческого этикета; -применять правовые знания для решения профессиональных задач; -составлять, обрабатывать и регистрировать финансовую и бухгалтерскую документацию; -выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; -применять средства связи; -использовать способы оперативной полиграфии; -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; знать: -основы эстетической и этической культур; -основы психологии общения; -основы делового имиджа; -элементы речевого этикета и основные требования к речи; -требования к ведению деловых переговоров, делового диалога по телефону; -основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; -основы бухгалтерского учета; -виды рекламной деятельности; -виды рекламных средств и средств распространения рекламы; -субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; -ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; -социально-психологические основы рекламы; -стадии разработки рекламного продукта; -средства оргтехники и требования безопасности труда; -средства составления оригиналов текстовых документов;	заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними дискуссионными навыками и приемами, активно проявляет себя в групповой работе; Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении дискуссионных вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, способен проявлять себя в групповой работе; Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении поставленных задач, не активен в групповой работе;	Квалификационный экзамен.
---	---	----------------------------------

-средства копирования и оперативного размножения документов; -средства для обработки документов; -средства связи; -правила составления текстов рекламных объявлений; -основные средства компьютерной обработки графической информации; -основы цифровой фотографии; -основные технологии производства рекламного продукта; -основные виды коммуникационных технологий в рекламе. -средства информационно-коммуникационного обеспечения; -содержание рекламной информации.	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает поставленных задачи или не справляется с ними самостоятельно, не принимает участие в групповой работе.	
--	---	--