

Комитет образования, науки и молодежной политики Волгоградской области  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«ВОЛГОГРАДСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»  
(ГАПОУ «ВСПК»)



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного  
продукта**

Специальность 42.02.01. Реклама  
среднего профессионального образования

базовой подготовки

Форма обучения  
очная

Волгоград 2019 г.


Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности (профессии) среднего профессионального образования специальность 42.02.01. «Реклама».

Рабочая программа разработана на основе примерной программы ПМ 04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», рекомендованной Экспертным советом по профессиональному образованию Федерального государственного автономного учреждения Федерального института развития образования (заключение № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019г.).

Автор программы: Галкина Л.Р. – преподаватель ГАПОУ «ВСПК»

Рабочая программа ПМ 04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», рассмотрена на заседании цикловой предметной комиссии эстетических дисциплин

Протокол заседания № 4 от «18» апрель 2019 г.

Председатель цикловой предметной комиссии  А.Р. Анисимова

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя:

Генеральный директор  
ООО «РПК «Пилот» \_\_\_\_\_



Э.В. Пашута

«19» апрель 2019 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт программы профессионального модуля	4
2. Результаты освоения профессионального модуля	6
3. Структура и содержание профессионального модуля	7
4. Условия реализации программы профессионального модуля	21
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	24

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **«Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»**

### **1.1. Область применения программы**

Программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы

*по специальности 42.02.01. Реклама* в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **«Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»** и соответствующих профессиональных компетенций (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. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля:**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля 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;

#### **уметь:**

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры, согласование макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентации рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;
- реализовать функции менеджмента в рекламной деятельности;
- принимать управленческие решения;
- применять справочный материал в своей профессиональной деятельности специалиста по рекламе;
- пользоваться системой стандартов в целях сертификации новой рекламной продукции;
- работать с технической документацией;
- дать анализ и оценку классификации услуг в рекламном сервисе;
- применять знания правил профессионально-служебной этики в практической деятельности специалиста по рекламе;
- унифицировать, проектировать формы документов, системы документации, внедрять унифицированные системы документации в практику;

**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 законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента;
- функции, виды и психологию менеджмента;
- особенности менеджмента в рекламе;
- принципы построения международных и отечественных стандартов, правила пользования ими;
- систему, порядок и правила сертификации;
- сущность сервисной деятельности в рекламе;
- сервисные инновации и технологии в рекламной деятельности;
- законы и терминологию документоведения, закономерности документообразования;
- методы рационализации делопроизводства и внедрения новых автоматизированных информационных технологий.

**1.3. Рекомендуемое количество часов / зачетных единиц на освоение программы профессионального модуля:**

Всего – 245 часов, в том числе:

- - максимальной учебной нагрузки студента – 137 часов/зачетных единиц, включая:
  - обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося–91 часов;
  - самостоятельной работы обучающегося – 46 часа;
- учебной и производственной практики – 108 часов/зачетных единиц.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности (ВПД) «**Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК 1.1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 1.2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач. Оценивать их эффективность и качество.
ОК 1.3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 1.4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 1.5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 1.6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 1.7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 1.8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 1.9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 1.10.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).
ОК 1.11.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 1.12.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Код профессио- наль- ных компетен- ций	Темы в МДК	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельна я работа обучающегося		Учебна я, часов	Производственна я (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т.ч. лабораторн ые работы и практическ ие занятия, часов	в т.ч., курсова я работа (проект ) , часов	Всего, часов	в т.ч., курсова я работа (проект ) , часов		
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1-12 ПК 4.1- 4.3		ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	245	199			46		36	72
		МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	137	91			46			
	Тема	Менеджмент	68	27			14			
	Тема	Сервисная деятельность		18			9			
	Тема	Основы стандартизации и сертификации	69	28			14			
	Тема	Документационное обеспечение		18			9			

		управления								
		Учебная практика (УП.04.01.)	36	36						
		Производственная практика (ПП.04.01.)	72	72						
Всего:			245	199			46		36	72



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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
<b>ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>				2
<b>МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>				
<b>Тема 04.01.1 Менеджмент</b>	<b>Содержание</b>		<b>27</b>	
	1	<b>Сущность и характерные черты</b> соврем. менеджмента. Понятие общего и специального менеджмента	<b>1</b>	<b>2</b>
	2	<b>Предмет и сущность</b> менеджмента, его понимание как системы. Эволюция и основные достижения управленческой мысли в мире и в России.	<b>1</b>	
	3	<b>Задачи и характерные черты в развитии менеджмента в рекламе в современных условиях.</b>	<b>1</b>	
	4	<b>Цели и задачи управления рекламной деятельностью</b> Понятие и необходимость менеджмента. Цели менеджмента. Условия реализации целей менеджмента. Технологии менеджмента. Управление в системе рыночных отношений	<b>1</b>	

	5	<b>Отличия рыночного управления от административно-командного управления.</b> Менеджмент в системе рыночной экономики. Понятие и классификация принципов менеджмента	1	
	6	<b>Общие принципы менеджмента.</b> Специальные принципы менеджмента. Генезис менеджмента. Общие особенности американской и японской систем менеджмента.	1	
	7	<b>Функции менеджмента в рекламе.</b> Общая характеристика функций менеджмента: планирование, организация, контроль и координация, мотивация. Планирование в системе менеджмента	1	
	8	<b>Стратегическое планирование:</b> цели, стратегия, тактика, процедура, правила, миссия. Организация как функция менеджмента. Характеристика централизации и децентрализации управления. Линейная структура управления. Функциональная структура управления.	1	
	9	<b>Матричная структура управления.</b> Контроль в менеджменте: внутренний и внешний. Координация как достижение согласованности в работе звеньев организации.	1	
	10	<b>Внешняя и внутренняя среда организации.</b> Системный подход в менеджменте. Взаимосвязь внешней и внутренней среды организации	1	
	11	<b>Характеристика внешней среды организации. Характеристика внутренней среды организации</b>	1	
	12	<b>Сущность стратегического управления</b> как системы действий по достижению долгосрочных целей организации в постоянно меняющихся условиях внешней среды.	1	

	13	<b>Виды деятельности в стратегическом менеджменте:</b> маркетинг, исследования и разработки, производство, снабжение, сбыт, управление персоналом.	1	
	14	<b>Этапы стратегического управления:</b> анализ ситуации и выявление проблем, определение цели (постановка задач и выбор миссии ), планирование деятельности по достижению цели, осуществление деятельности, контроль и оценка достигнутых	1	
	15	<b>Система методов управления.</b> Сущность и классификация методов управления.	1	
	16	<b>Экономическое, административное и социально-психологическое управление.</b>	1	
	17	<b>Необходимость сочетания всех методов управления.</b> Информационное обеспечение системы менеджмента.	1	
	18	<b>Психология управления. Принятие решений.</b> Сущность управленческих решений. Требования теории и практики управления, предъявляемые к управленческим решениям: обоснованность, эффективность, своевременность, непротиворечивость, конкретность, ясность содержания.	1	
	19	<b>Классификация управленческих решений.</b>	1	
	20	<b>Процедура принятия управленческого решения:</b> оценка проблемной ситуации, постановка цели, разработка возможных альтернатив решения проблемы, выбор оптимального решения, организация и контроль исполнения принятого решения.	1	

	21	<b>Управление конфликтами и стрессами.</b> Сущность и виды конфликта. Основные причины конфликтов. Стадии регулирования конфликта. Способы разрешения конфликтов: административные, педагогические.	<b>1</b>	
	22	<b>Стратегии поведения участников конфликта:</b> соперничество, компромисс, избегание, приспособление, сотрудничество	<b>1</b>	
	23	<b>Роль личности руководителя</b> в профилактике конфликтов.	<b>1</b>	
	24	<b>Руководство: власть, партнерство.</b> Стили управления и коммуникации в рекламном менеджменте. Природа и причина стрессов. Взаимосвязь конфликта и стресса. Позитивные и негативные стрессы. Пути предупреждения стрессовых ситуаций. Методы снятия стресса.	<b>1</b>	
	25	<b>Стиль руководства и факторы его формирования</b>	<b>1</b>	
	26	<b>Виды и совместимость стилей руководства.</b> Связь стиля руководства и ситуации. Типы руководителей. Управление человеком и управление группой.	<b>1</b>	
	27	<b>Искусство строить отношения с сотрудниками, в том числе и с «трудными».</b> Поза, мимика, жесты, как выражение позиции человека в процессе общения. Имидж (образ) менеджера. Коммуникативность в межличностных отношениях	<b>1</b>	
	<b>Самостоятельная работа при изучении темы</b>		<b>14</b>	
	1	<b>Сообщение.</b> Изучение особенностей управления рекламной деятельности в современных условиях ( на конкретных примерах) с использованием основной и дополнительной литературы и материалов периодической печати.	<b>2</b>	<b>3</b>
	2	<b>Сообщение.</b> Определение миссии, системы и иерархии целей рекламы и рекламных агентств, социального учреждения. Формирование дерева целей.	<b>2</b>	<b>3</b>

	3	<b>Сообщение.</b> Планирование деятельности организации. Составление технологии контроля деятельности организации.	2	3
	4	<b>Творческая работа студента.</b> Описание внешней среды рекламного агентства.	2	3
	5	<b>Составление</b> оптимальных вариантов методов управления (в таблице).	2	3
	6	<b>Составление схемы</b> классификации управленческих решений. Подбор по материалам периодической печати примеров управленческих решений.	2	3
	7	<b>Мини – исследование.</b> Анализ конфликтных ситуаций в трудовом коллективе.	2	3
<b>Тема 04.01.2 Сервисная деятельность</b>	<b>Содержание</b>		<b>18</b>	<b>2</b>
	1	<b>Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах.</b> Дифференциация занятий и социальных ролей в первобытной культуре и архаических сообществах. Зарождение развитие услуг в обществах древнего мира. Отличительные особенности древних сообществ от доисторических. Формирование типов услуг: экономических, государственно-правовых, духовных и художественно-эстетических; бытовых, для удовлетворения личных потребностей. Услуги в средневековом обществе Западной Европы. Динамизация общественного развития.	1	2
	2	<b>Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа в странах Западной Европы, США, Японии.</b> Влияние индустриального производства на сервисную деятельность. Важнейшие признаки сервиса индустриального общества. Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа. Информационная революция. Сервизация экономики	1	2
	3	<b>Развитие услуг и сервисной деятельности в российском обществе.</b> Объективные факторы развития хозяйствования и услуг в России. Роль государственных механизмов в развитии услуг. Отечественные услуги: от традиционных форм к современным. Уровень жизни населения и сфера обслуживания в советский и постсоветский периоды	1	2
	4	<b>Сущность теоретического понимания сервисной деятельности.</b> Понятие «Сервисная деятельность». Содержание теоретического понимания сервисной деятельности. Научный анализ сервисной деятельности. Понимание сервисной деятельности как многопланового экономического, социального и	1	2

		культурного феномена.		
5	<b>Классификация услуг и видов сервисной деятельности.</b> Два типа услуг по степени массовости». Модель классификации услуг Североамериканского континента. Учет услуг статистическими органами. Классификация услуг по типу услуг и сфере их применения. Важнейшие типологические направления в области сервисной деятельности в России. Классификация сервисной деятельности по видам: производственные; деловые; направленные на развитие человека	1	2	
6	<b>Отраслевая структура сферы сервиса.</b> Понятие «сферы сервиса» в советский период. «Трактовка «сферы сервиса» в современной практике. Система национальных счетов в определении места сферы сервиса в общехозяйственном механизме страны. Индустрия сервиса.	1	2	
7	<b>Сервисная деятельность как способ удовлетворения общественных потребностей.</b> Понятие «потребность», «потребитель». Факторы, определяющие наличие и трансформацию человеческих потребностей в обществе. Первичные и вторичные потребности. Потребности физического и физиологического плана. Общественные и индивидуальные потребности. Социальные и культурные потребности.	1	2	
8	<b>Сервисная деятельность как часть социокультурных отношений.</b> Сфера социальных отношений. Стратификационное деление общества. Сервисная деятельность в контексте культуры. Связь сервисной деятельности с наукой, искусством, религией. Социокультурные услуги, организация развлечений и отдыха. Элементы церковно-религиозной практики в современном сервисе.	1	2	
9	<b>Предприятия, оказывающие услуги населению.</b> Подразделения предприятий: крупные, средние, малые и сверхмалые (мелкие). Преимущества и недостатки предприятий в сфере сервиса. Организационная структура сервисного предприятия. Крупные предприятия рекламного сервиса	1	2	
10	<b>Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг.</b> Общие закономерности процесса внедрения инноваций в рамках отдельного предприятия или фирмы. Инновация (новшества, нововведение) в сфере услуг.	1	2	

	Результат инновационной деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности). Основные типы инноваций (базисные, частичные). Основные типы инноваций в производстве услуг. Процессы зарождения, управления, внедрения инноваций в сферу услуг. «Новые» технологии обслуживания в России в 2-х последних десятилетиях.		
11	<b>Контактная зона как сфера реализации сервисной деятельности.</b> Процесс обслуживания потребителей. Предпосылки для первого контакта потребителя производителя услуг. Предпродажное обслуживание. Основной процесс обслуживания. Понятие «Контактной зоны». Требования к работнику контактной зоны. Постпродажный вид обслуживания. Гарантийное и послегарантийное обслуживание.	2	3
12	<b>Сервисные технологии, формы обслуживания.</b> Понятие «сервисной технологии». Аспекты технологии. Методическая документация к технологиям. Понятие формы обслуживания. Формы обслуживания: абонементное, бесконтактное, на дому, прием заказов по месту работы, самообслуживание, выездное, комбинированное (комплексное). Нормативные представления о времени исполнения услуги.	2	3
13	<b>Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.</b> Понятие «качества» услуги. Свойства услуги: полезные, производственные, функциональные, потребительские. Функционально-практические аспекты результатов услуги. Критерий контроля качества сервиса. Аспекты безопасности услуг.	1	2
14	<b>Управление качеством услуг, контроль стандартов и безопасность обслуживания.</b> Понятие «управления качеством». Значение международных стандартов. Осуществление контроля услуг. Стандартизация. Государственные стандарты обслуживания. Закон РФ «О стандартизации». Сертификация. Лицензирование. Федеральный закон «О защите прав потребителей».	1	2
15	<b>Культура сервиса.</b> Понятие «культуры сервиса». Требования культуры сервиса в России. Профессиональные характеристики культуры труда работника сервиса.	1	3

		Психологические аспекты культуры сервисной деятельности.		
	16	<b>Правила обслуживания населения.</b> Этические основы сервисной деятельности. Ключевые этические принципы сервисной деятельности. Профессионально-служебная этика сервисной деятельности. Эстетические компоненты в культуре обслуживания потребителей. Общий конструктивный стиль обслуживания. Философия обслуживания.	1	<b>3</b>
		<b>Самостоятельная работа при изучении темы</b>	9	
	1	<b>Таблицы</b> « Профессии, связанные с общественными услугами в Древнем мире и Средневековье»	1	
	2	<b>Сообщение</b> Сервисная деятельность в развивающихся странах XX-XXI вв.	1	
	3	<b>Таблица</b> Зависимость сервисной деятельности от географических, поселенческих и демографических факторов».	1	
	4	<b>Сообщение</b> Крупнейшие сервисные организации рекламного бизнеса .	1	
	5	<b>Сообщение</b> «Современные рекламные технологии в сети Интернет в России	1	
	6	<b>Реферат</b> Рекламная деятельность в сфере сервиса.	1 1	
	7	<b>Составление схемы</b> «Петля) качества услуги»		
	8-9	<b>Мини – исследование</b> Психологические аспекты культуры в работе специалиста по рекламе	2	
<b>Тема 04.01.4 Основы стандартизации и сертификации.</b>		<b>Содержание</b>	<b>28</b>	<b>2</b>
	1	<b>Система стандартизации</b> Сущность стандартизации. Нормативные документы по стандартизации и виды стандартов.	<b>2</b>	<b>2</b>
	2	<b>Стандартизация в различных сферах</b>	<b>2</b>	<b>2</b>



		Стандартизация систем управления качеством. Стандартизация и метрологическое обеспечение народного хозяйства.		
3		<b>Метрологическая экспертиза</b> и метрологический контроль конструкторской и технологической документации. Система технических измерений и средства измерения. Стандартизация и экология		
4		<b>Международная стандартизация</b> Международная организация по стандартизации (ИСО). Международная электротехническая комиссия (МЭК). Международные организации, участвующие в работе ИСО.	2	3
5		<b>Организация работ по стандартизации в Российской Федерации</b> Правовые основы стандартизации и ее задачи. Органы и службы по стандартизации. Порядок разработки стандартов.	2	3
6		<b>Государственный контроль и надзор</b> за соблюдением обязательных требований стандартов. Маркировка продукции знаком соответствия государственным стандартам. Нормоконтроль технической документации.	2	
7		<b>Методологические основы управления качеством</b> Объекты и проблема управления. Методический подход. Требования управления. Принципы теории управления..	2	3
8		<b>Интеграция управления качеством.</b> Сквозной механизм управления качеством. Факторы качества продукции	2	2
9		<b>Сущность управления качеством продукции</b> Планирование потребностей. Проектирование и разработка продукции и процессов. Эксплуатация и утилизация. Ответственность руководства. Менеджмент ресурсов. Измерение, анализ и улучшение (семейство стандартов ИСО 9000 версии 2000 г.). Сопровождение и поддержка электронным обеспечением.	2	2
10		<b>Менеджмент ресурсов.</b> Измерение, анализ и улучшение (семейство стандартов ИСО 9000 версии 2000 г.). Сопровождение и поддержка электронным обеспечением.	2	2
11		<b>Системы менеджмента качества</b> Менеджмент качества. Предпосылки развития менеджмента качества. Генезис и проблематика менеджмента качества. Системы менеджмента качества.	2	2

	12	<b>Сущность и проведение сертификации</b> Сущность сертификации. Проведение сертификации. Правовые основы сертификации. Организационно-методические принципы сертификации.	2	3
	13	<b>Международная сертификация</b> Деятельность ИСО в области сертификации. Деятельность МЭК в области сертификации. Деятельность МГС участниц СНГ в области сертификации.	2	2
	14	<b>Сертификация в различных сферах</b> Сертификация систем обеспечения качества. Экологическая сертификация.	2	2
	<b>Самостоятельная работа при изучении темы</b>		<b>14</b>	
	1	<b>Составление кроссворда</b> по разделу «Стандартизация»	2	3
	2	<b>Сообщение</b> Стандартизация в различных сферах.	2	2
	3	<b>Реферат</b> Совершенствование ГСС и перспективы вступления России в ВТО	2	3
	4	<b>Сообщение</b> История развития сертификации	1	2
	5	<b>Сообщение</b> Развитие сертификации на региональном уровне	1	3
	6	<b>Составление теста</b> по основным понятиям раздела «Сертификация»	2	3
	7	<b>Составление кроссворда</b> по разделу «Сертификация»	2	3
<b>Тема 04.01.5</b> <b>Документационное</b> <b>обеспечение управления</b>	<b>Содержание</b>		<b>18</b>	
	1	<b>Государственная система документационного обеспечения управления.</b> Предмет и задачи курса. Государственная система документационного обеспечения управления. История развития делопроизводства в России. Структурные части, осуществляющие делопроизводство в учреждениях. Работники управления и их функции в ГСДОУ.	2	3
	2	<b>Унифицированные системы документации. Требования к оформлению документов.</b> Основные положения по документированию управленческой деятельности. Унификация и стандартизация управленческих документов. Виды документов и их классификация. Состав и правила оформления реквизитов документов. Бланки документов.	4	2

	3	<b>Организационно-распорядительные документы.</b> Организационная документация. Распорядительные документы. Формуляр-образец организационно-распорядительного документа. Правила оформления управленческих (организационно-распорядительных) документов.	4	2
	4	<b>Информационно-справочные документы. Современное деловое письмо.</b> Информационно-справочные документы. Виды информационно-справочных документов: справки, докладные и объяснительные записки, акты, телеграммы, протоколы. Деловое письмо и деловая переписка в условиях унификации. Составление деловых писем. Автобиография. Контракт ).Ведение и хранение личных дел работников.	4	2
	5	<b>Требования к оформлению документов по личному составу.</b> Общие вопросы личных дел. Формирование личных дел работников. Виды документов по личному составу (Заявление. Приказ по личному составу. Трудовые книжки. Личная карточка рабочих и служащих. Характеристика.	4	2
	<b>Самостоятельная работа при изучении темы</b>		<b>9</b>	
		Подготовка пакета правовых и внутренних технических, нормативных документов, обеспечивающих деятельность предприятия на выбор	2	3
		Подготовка пакета документации по обеспечению качества услуг предприятия	2	3
		Разработка должностной инструкции, на основании придуманных реквизитов любого предприятия.	2	3
		Составление и заполнение штатного расписания, придуманного предприятия	1	3
		Составление краткого протокола производственного совещания работников любого предприятия, на котором был рассмотрен любой вопрос (на выбор студента, например, вопрос о необходимости введения новой услуги в обслуживании клиентов).	2	3

<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять основные критерии, определяющие разновидности рекламных средств;</li> <li>- классифицировать рекламу, используемую в практике производства рекламы;</li> <li>- выбирать основные элементы средств рекламы, требования к ним;</li> <li>- планировать рекламную работу на предприятии;</li> <li>- организовывать и планировать рекламные кампании;</li> <li>- подготавливать документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</li> </ul>	<b>36</b>	<b>3</b>
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b> <b>Виды работ:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессионально работать в творческом коллективе;</li> <li>- разработка стратегии и планирования рекламной деятельности предприятия;</li> <li>- знакомство с современными технологиями производства различных видов рекламы;</li> <li>- организация рекламной деятельности на предприятии;</li> <li>- способы подачи рекламной информации через Интернет;</li> <li>- разработка собственного сайта рекламных баннеров.</li> </ul>	<b>72</b>	<b>3</b>

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

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

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

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов: экономики и менеджмента, методический кабинет.

Библиотека; читальный зал с выходом в Интернет.

Наглядные пособия, литература по спец. дисциплинам, методическое обеспечение.

### **4.2. Информационное обеспечение модуля**

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

#### **Основные источники:**

1. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянская Е.В. Психология управления. - Харьков, ООО «Фортуна-Пресс», 2015 г.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения. Учебное пособие. - М., «Инфра-М», 2017 г.
3. Беляцкий Н.П. и др. Менеджмент: тесты, задачи, ситуации, деловые игры. Практикум: учебное пособие. - Минск, «Книжный дом», 2015 г.
4. Вачугов Д.Д., Веснин В.Р., Кислякова Н.А. Практикум по менеджменту: деловые игры. — М., «Высшая школа», 2015 г.
5. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент-М., «Экономист», 2016 г.
6. Виханский О.С., Наумов А.И. Практикум по курсу «Менеджмент» - М., «Экономист», 2008 г.
7. Гребцова В.Е. Менеджмент -Р.-на-Д., «Феникс», 2015 г.
8. Драчева В.Л., Юликов Л.И. Менеджмент - М., «Академия», 2016 г.
9. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения. Учебное пособие. - Р.-на-Д., «Феникс», 2009 г.
10. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент - СПб., «Питер», 2018 г.
11. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия. Учебное пособие. - Новосибирск, «Иифра-М», 2009 г.
12. Менеджмент организации. Учебное пособие / под ред. Румянцевой З.П., Саломатина Н.А. - М., «Инфра-М», 2007 г.
13. Огарков А.А. Менеджмент в вопросах и ответах - Волгоград, «Братья Гринины», 2016
14. Основы менеджмента / под ред. Вачугова Д.Д. - М., «Высшая школа», 2015 г.
15. Попов С.Г. Управление персоналом. Учебное пособие.- М., «Ось-89», 2008 г.
16. Сергеева В.П. Основы управления педагогическими системами. - М., 2009 г.
17. Симонов В.П. Педагогический менеджмент-М., 2016 г.
18. Станкин М.И. Психология делового человека. Самоучитель. - М., ЗАО «Бизнес-школа «Интел-синтез», 2015 г.
19. Степанов С.С. Психологическая мозаика. Наблюдения, эксперименты, тесты. - М., «Академия», 2011 г.
20. Шипунов В.Г., Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности. - М., «Высшая школа», 2015 г.
21. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство; менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов. –М.: Аспект Пресс, 2015. -318с.

22. Гольман И.А. Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности. –М., 2015.
23. Головлева Е.Л. Основы рекламы. Учебное пособие. –М., 2015.
24. Евстафьев В.А., Ясонов В.Н. Что, где и как рекламировать. Практические советы. – СПб: Питер, 2015 - 432с.
25. Кулибанова В.В. Сервисная деятельность. СПб, 2017.
26. Морозова Н.С., Морозов М.А.. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: Учебник для студентов высш. учеб. заведений. –М.: Издательский центр «Академия», 2008, –С. 336.
27. Полукаров В.Л. Основы рекламы. Учебник -2-е изд., -М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005, – 240.
28. Федцов В.Г. Культура сервиса. –М., 2012.
29. Феофанов О. Реклама. Новые технологии в России –Питер, 2010
30. Никифоров А.Д., Бакиев Т.А. Метрология, стандартизация и сертификация. – М.: Высшая школа, 2018.
31. Димов Ю.В. Метрология, стандартизация и сертификация. 2015.
32. Басаков М.Н. Делопроизводство и корреспонденция. Учебное пособ. Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2018 Г.-320 с.
33. Бройдо В.Л. Офисная оргтехника для делопроизводства и управления М: Информационно-издательский дом «Филин», 2018 Г.-424 с.
34. Васильев Д.В. Делопроизводство на компьютере. - М.: «ПРИОР». 2015 г.- 224 с.
35. Государственная система Документационного обеспечения управления. Основные положения. Общие требования к документам и службам документационного обеспечения. - М.: ВНИИДАД, 2016.
36. ГОСТ Р 6.30-97. Унифицированные системы документации. Требования к оформлению документов.
37. ГОСТ Р 51141-98. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения.
38. Типовая инструкция по делопроизводству в органах исполнительной власти. Утверждена приказом Федеральной архивной службы России от 27 ноября 2011 года N2 68.

#### **Дополнительные источники:**

1. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии - М., 2015 г.
2. Вершигора Е.Е. Менеджмент: курс лекций. - М., 2015 г.
3. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер.-М., 2008 г.
4. Зайверт Л. Ваше время в ваших руках. - М., 2015 г.
5. Захаренко Г. Тайм-менеджмент - СПб., «Питер», 2015 г.
6. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов.- 2017 г.
7. Исигава К. Японские методы управления качеством. - М., 2015 г.
8. З.Киссенен Й., Воутилайнен Э. Время руководителя: эффективность использования.- М., 2016 г.
9. Клипс Ф. Пробуждающее мышление. У истоков человеческого интеллекта. -М., 2016 г.
10. О.Марченко Л.П. Какой руководитель нам нужен? - М., 2017 г.
11. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности / под ред. Никифорова Г.С, Дмитриевой М.А., Снеткова В.М. - СПб., «Речь», 2015 г.
12. Пронников В.А., Ладанов Д.И. Управление персоналом в Японии. -М., 2015 г.
13. Роджерс З., Агарвала Р. Коммуникация в организациях.-М., 2015 г.
- Н.Шанин В. Карьерные игры или психология делового общения. - М., «Книжный дом»,

2018 г.

14. Античная цивилизация. –М., 2013.
15. Болдина О. Русские народные картинки. –М., 2014
16. Ромат Е.В. Реклама 5-е изд. –СПБ: Питер, 2012 – 544с.
17. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы 2-е изд.-СПБ: Питер, 2013. – 304с.
18. Ученова В.В. История отечественной рекламы. 1917-1990: Учеб. пособие для студентов вузов. –М.: ЮНИТИДАНА, 2014. – 287.
19. Федеральный закон «О защите прав потребителей» (в ред. Федеральных законов от 09.01.2012 № 2 –ФЗ, от 17.12.2016 № 212-ФЗ).
- 20.Федеральный закон «Об основах туристской деятельности» от 4 октября 2016 г.
21. Громова Н.М. и др. Ваш зарубежный партнер // Переписка. Документация. Контракты. -М: МП «Техноэкология», 2012 г. - 136 с.
22. Тесты для менеджера. Сборник.- Киев: ВЗУУП, 2012.- 112 с.
- 10.Трудовой кодекс Российской Федерации. Принят Государственной Думой 21 декабря 20113 года.
23. Унификация тестов управленческих документов. Методические рекомендации.- М: ВНИИДАД, 2012. - 60 с.
- 24..Формы первичных учетных документов по учету труда и его оплаты. Утверждены постановлением Госкомстата России от 06.04.2012 г., N2 26. И.Чуковенков А.Ю., Янковая В.Ф. Оформление документов: Комментарий к ГОСТ Р.6.30-97.-М.: Дело, 2016.-232 с.

#### **Интернет – ресурсы.**

<http://www.stroyinf.ru/>

<http://www.edu.ru/>

<http://www.studfiles.ru>

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

Обязательным условием допуска к сессии и производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля **«Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»** является полное выполнение учебного плана по **ПМ 04** и освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля **«Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»**.

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

**Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):**

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю ПМ 04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»;

**Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:**

**педагогический состав:** наличие высшего профессионального образования и опыта практической педагогической деятельности не реже 1 раза в 3 года.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<ul style="list-style-type: none"> <li>планирует работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта.</li> </ul>	Тесты Текущий контроль
ПК 4.2. Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя	<ul style="list-style-type: none"> <li>взаимодействует с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта;</li> <li>контролирует соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.</li> </ul>	Представление рекламного продукта в форме презентации.
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<ul style="list-style-type: none"> <li>принимает решения в соответствии с требованиями рекламодателей и документами, регламентирующими рекламную деятельность;</li> <li>подготавливает документацию для регистрации авторских прав.</li> </ul>	Тесты Образцы оформления авторских документов для регистрации авторских прав.

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1.1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>демонстрирует устойчивый интерес к будущей профессии</li> </ul>	
ОК 1.2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач. Оценивать их эффективность и	<ul style="list-style-type: none"> <li>эффективно применяет методы и способы решения профессиональных задач в области рекламы;</li> <li>организовывает самостоятельно собственную деятельность оценивает ее эффективность и качество;</li> </ul>	



качество.		Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 1.3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• принимает решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламы;</li> </ul>	
ОК 1.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществляет эффективный поиск необходимой информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>• использует информационные технологии для поиска информации в гиперсредах;</li> </ul>	
ОК 1.5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• использует информационно-коммуникационные технологии для поиска информации в области рекламы;</li> <li>• применяет информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;</li> </ul>	
ОК 1.6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• взаимодействует с обучающимися, преподавателями в ходе обучения, выполнения практических работ, в рамках профессионального модуля;</li> </ul>	
ОК 1.7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• грамотно планирует свою работу (и членов команды), оценивает ее качество и результаты;</li> </ul>	
ОК 1.8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• рационально организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля;</li> <li>• грамотно пользуется приобретенными знаниями для решения профессиональных задач в области рекламы;</li> </ul>	
ОК 1.9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• умеет ориентироваться в потоке информации в области рекламы;</li> </ul>	
ОК 1.10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	
ОК 1.11. Владеть основами предпринимательской деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• владеет основами предпринимательской деятельности и</li> </ul>	

и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	особенностями предпринимательства в области рекламы;	
ОК 1.12. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• владеет базовыми умениями общения на иностранном языке в области рекламы;</li> <li>• обладает экологической, информационной и коммуникативной культурами в профессиональной деятельности.</li> </ul>	