

Министерство образования и молодежной политики  
Свердловской области  
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
Свердловской области  
«Уральский радиотехнический колледж им. А.С. Попова»

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам. директора по УМР  
\_\_\_\_\_ / С.Н. Меньшикова /  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.04 Организация работы коллектива исполнителей**

для специальности

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Екатеринбург  
2022

## ***СОДЕРЖАНИЕ***

<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>5</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>6</b>
<b>4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>33</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ</b>	<b>38</b>

# 1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.04 Организация работы коллектива исполнителей

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **54.02.01 Дизайн (по отраслям)** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация работы коллектива исполнителей;

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт;

ПК 4.2. Планировать собственную деятельность;

ПК 4.3. Контролировать сроки и качество выполненных заданий.

### 3.1 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:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

#### **иметь практический опыт:**

- работы с коллективом исполнителей;

#### **уметь:**

- принимать самостоятельные решения по вопросам совершенствования организации управленческой работы в коллективе;
- осуществлять контроль деятельности персонала;

#### **знать:**

- систему управления трудовыми ресурсами в организации;
- методы и формы обучения персонала;
- способы управления конфликтами и борьбы со стрессом.

### 3.1 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 517 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 445 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 302 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 143 часа;

учебной и производственной практики – 72 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: Организация работы коллектива исполнителей

в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт.
ПК 4.2.	Планировать собственную деятельность.
ПК 4.3.	Контролировать сроки и качество выполненных заданий.
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, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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

### 3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. Учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			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 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	МДК.04.01. Основы менеджмента, управлением персоналом	110	71	39	-	39	-	-	-
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	МДК.04.02. Маркетинговые коммуникации в рекламе	210	138	84	-	72	-	-	-
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	МДК.04.03. Правовое регулирование рекламной деятельности	72	48	48	-	24	-	-	-
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	МДК.04.04. Организационная структура рекламных предприятий	125	45	45	-	8	-	72	-
	<b>Всего:</b>	<b>517</b>	<b>302</b>	<b>216</b>	<b>-</b>	<b>143</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	<b>-</b>

---

\*Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

### 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, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1 ПМ.04</b> Составление конкретных заданий для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт		<b>22</b>	
<b>МДК.04.01.</b> Основы менеджмента, управлением персоналом		<b>110</b>	
<b>Тема 1.1 Менеджмент и управление</b>	<b>Содержание</b>	4	
	1.   Обобщенное понятие управления и менеджмента. Развитие теории и практики управления.		2
	2.   Этапы и процедуры принятия управленческих решений. Классификация организационных структур.		2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1.   Деловая игра. Построение организационной структуры дизайнерской фирмы.		
<b>Тема 1.2 Методы и функции управления</b>	<b>Содержание</b>	4	
	1.   Сущность, содержание и классификация методов управления. Основные функции управления. Управление производственными ресурсами		3
	2.   Основные элементы коммуникационного процесса. Управление процессом коммуникации. Эффективная коммуникация.		3
	<b>Практические занятия</b>	4	
	1.   Подготовка публичному выступлению.		
	2.   Организация и проведение дискуссии.		
<b>Тема 1.3 Управление коллективом</b>	<b>Содержание</b>	4	
	1.   Теория организационного управления деятельностью предприятия и его подразделениями. Методы управления коллективом в процессе разработки дизайн-проектов		3
	2.   Взаимодействие формального и неформального управления. Управление конфликтами.		3
	<b>Практические занятия</b>	4	
	1.   Психологическое тестирование с целью определения личностных особенностей.		
2.   Анализ конфликтной ситуации.			
<b>Раздел 2 ПМ.04</b> Планирование собственной деятельности		<b>12</b>	
<b>МДК 04.01</b> Основы менеджмента, управление персоналом			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
Тема 2.1 Планирование и прогнозирование. Бизнес-планирование	<b>Содержание</b>	4	
	1. Виды прогнозов. Подходы и методы прогнозирования. Организация процесса планирования. Основная цель и направленность бизнес-плана		3
	2. Характеристика основных функций бизнес-планирования. Порядок составления и разделы бизнес-плана.	3	
	<b>Практические занятия</b>	2	
1. Решение тестовых заданий по теме «Бизнес-планирование как элемент экономической политики предприятия»			
Тема 2.2 Организация взаимодействия на стадии выполнения планов	<b>Содержание</b>	2	
	1. Делегирование и ответственность. Полномочия и власть. Эффективное распределение полномочий в дизайнерской организации.		3
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Решение ситуационных задач по теме «Делегирование полномочий».		
Тема 2.3 Самоменеджмент	<b>Содержание</b>	2	
	1. Понятие, содержание и принципы самоменеджмента. Факторы эффективного саморазвития менеджера. План профессионального развития менеджера. Условия и ресурсы, необходимые для развития		3
Раздел 3 ПМ.04 Контроль сроков и качества выполнения заданий		14	
МДК 04.01 Основы менеджмента, управление персоналом			
3.1 Контроль как функция управления	<b>Содержание</b>	4	
	1. Задачи и принципы управленческого контроля. Основные требования к системе контроля.		3
	2. Цели и задачи самоконтроля.		
3.2 Эффективность контроля	<b>Содержание</b>	2	
	1. Оценка эффективности деятельности дизайнерской фирмы как основная функция контроля. Измерение эффективности дизайнерской работы. Методы оценки эффективности контроля.		3
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Составление инновационного цикла для объектов дизайна, определение этапов и последовательности контрольных мероприятий.		
3.3 Контроль и качество нововведений	<b>Содержание</b>	2	
	1. Виды и основные функции инновационного менеджмента. Положительный эффект нововведения.		3
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Построение схемы планирования на начальном этапе дизайнерского проекта.		



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
Зачет		2	
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК 04.01 ПМ 04.</b>			
<b>Примерная тематика домашних заданий</b>			
1 Составление опорного конспекта 2 Написание рефератов		12	
<b>Всего</b>		60	
<b>МДК 04.01</b> <b>Основы менеджмента,</b> <b>менеджмента, управление</b> <b>персоналом</b> <b>Раздел 2 Управление</b> <b>персоналом</b>		50	
<b>Тема 2.1.</b> <b>Информационное, правовое,</b> <b>нормативно-методическое</b> <b>обеспечение системы</b> <b>управления персоналом</b>	<b>Практические занятия</b>	6	
1.	Правила внутреннего трудового распорядка организации		
2.	Штатное расписание		
3.	Должностная инструкция и технологические карты		
<b>Тема 2.2 Планирование</b> <b>деятельности и управление</b> <b>персоналом</b>	<b>Практические занятия</b>	6	
1.	Анализ эффективности управления персоналом по показателям движения рабочей силы		
2.	Расчет потребности в трудовых ресурсах		
3.	Анализ эффективности управления персоналом по показателям выполнения плана по численности рабочих с учетом степени выполнения плана по выпуску продукции		
<b>Тема 2.3.</b> <b>Трудовые ресурсы предприятия</b>	<b>Практические занятия</b>	2	
1.	Внутреннее совместительство и совмещение, как источник набора персонала		
<b>Тема 2.4.</b> <b>Отбор, найм персонала</b>	<b>Практические занятия</b>	2	
1.	Отбор персонала		
<b>Тема 2.5.</b> <b>Профессиональная ориентация</b> <b>и социальная адаптация в</b> <b>коллективе</b>	<b>Практические занятия</b>	2	
1.	Испытание при приеме на работу		
<b>Тема 2.6 Подготовка кадров,</b> <b>оценка результатов</b> <b>деятельности, управление</b> <b>продвижением по службе</b>	<b>Практические занятия</b>	3	
1.	Показатели, характеризующие систему профессионального обучения в организации		
Дифференцированный зачет	1. Дифференцированный зачет	2	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2 МДК 04.01 ПМ 04.</b>			
<b>Примерная тематика домашних заданий</b>			
1. Подготовка к практическим работам.		27	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
2. Оформление отчетов по практическим работам. 3. Подготовка к защите практических работ.			
<b>МДК.04.02.</b> <b>Маркетинговые коммуникации в рекламе</b>		<b>138</b>	
<b>РАЗДЕЛ 1</b> <b>Место рекламы в современном обществе</b>		<b>12</b>	
<b>Тема 1.1</b> <b>История рекламы</b>	<b>Содержание</b>	4	1
	1. Протореклама Древнего мира.		
	2. Традиционная реклама.		
	3. Современная реклама.		
<b>Тема 1.2</b> <b>Развитие рекламы в России и Западной Европе</b>	<b>Содержание</b>	4	1
	1. Реклама в Западной Европе и в США		
	2. Рекламный рынок в России	4	3
	1. Практическое (семинарское) занятие: Защита презентаций по теме: «Развитие рекламы в России и Западной Европе»		
<b>РАЗДЕЛ 2</b> <b>Реклама как социокультурный фактор</b>		<b>28</b>	
<b>Тема 2.1</b> <b>Определение и функции рекламы</b>	<b>Содержание</b>	4	1
	1. Определение рекламы		
	2. Функции рекламы		
	3. Отличие рекламы паблик рилейшнз (ПР) и пропаганды		
<b>Тема 2.2</b> <b>Имиджевая и престижная реклама</b>	<b>Содержание</b>	2	1
	1. Понятие «имидж»		
	2. Брэндинг		
	3. Имидж-паразит		
<b>Тема 2.3</b> <b>Психология рекламы</b>	<b>Содержание</b>	4	1
	1. Структура личности		
	2. Психология имиджа		
	3. Внушение		
<b>Тема 2.4</b> <b>Эффективность рекламной деятельности</b>	<b>Содержание</b>	4	1
	1. Экономическая эффективность рекламных мероприятий		
	2. Психологическая эффективность рекламных мероприятий		
	3. Информационная эффективность рекламных мероприятий		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения	
	4. Социологическая эффективность рекламных мероприятий			
	5. Социокультурная эффективность рекламных мероприятий			
	<b>Практическое занятие</b>		6	3
	1. Выполнение анализа заданного варианта рекламной продукции о возможностях эффективной рекламной деятельности (экономический, психологический, информационный, социологический, социокультурный подход). Представление результатов практической работы в виде сообщения и электронной презентации.			
2. Практическое (семинарское) занятие: Защита презентаций по теме: «Эффективность рекламной деятельности». Защита практической работы				
<b>Тема 2.5</b> Субъекты рекламного процесса	<b>Содержание</b>		2	1
	1. Рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы			
	<b>Практические занятия</b>		6	3
	1. Подготовка выступления и электронной презентации на тему: «Рекламные агентства: в России, за рубежом			
2. Практическое (семинарское) занятие: Защита презентаций по теме: «Субъекты рекламного процесса»				
<b>РАЗДЕЛ 3</b> Полифункциональность и многоотраслевая направленность рекламы			28	
<b>Тема 3.1</b> Классификация рекламной продукции	<b>Содержание</b>		2	1
	1. Классификация по содержанию			
	2. Классификация по форме воздействия			
	3. Классификация по частоте воспроизведения			
	4. Классификация по средствам воздействия			
<b>Тема 3.2</b> Виды и средства торговой рекламы. Выбор рекламных средств	<b>Содержание</b>		2	1
	1. Виды и средства торговой рекламы			
	2. Выбор рекламных средств			
	<b>Практические занятия</b>		24	3
1. Подбор примеров полиграфической рекламной продукции и рекламных роликов на телевидении, рекламирующие: – фотоаппараты; – продукты быстрого приготовления; – косметику; – услуги общепита; – услуги туристических агентств;				

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	<p>– образовательные услуги. Какие преимущества дает телевидение для рекламы товаров (услуг): проанализировать, указать преимущества и недостатки, обосновать ответ. Представление результатов практической работы в виде сообщения и электронной презентации.</p> <p>2. Практическое (семинарское) занятие: Защита задания практической работы по теме: «Виды и средства торговой рекламы. Выбор рекламных средств»</p> <p>3. Подбор двух публикаций рекламного характера: самое лучшее и самое худшее (по вашему мнению). Выполнение анализа, определение сильных и слабых сторон, обоснование своего мнения. Обоснование вопроса: «Что бы вы сделали для устранения недостатков в данных рекламных сообщениях». Обоснование ответа на вопрос посредством дополнительных вопросов: 1) Какие ошибки, по Вашему мнению, наиболее часто допускаются в печатной рекламной продукции российских фирм? Приведите примеры. 2) Как Вы думаете, почему в России «директ мейл» распространена не так широко, как в ведущих зарубежных странах? Для рекламы каких товаров сегодня чаще всего используется «директ мейл» в России? Приведите примеры. 3) Как Вы думаете, должны ли отличаться рекламные листовки товаров широкого потребления (выберите любую товарную категорию) и товаров промышленного назначения? Если должны, то чем? Обоснуйте свое мнение, приведите примеры. Представление результатов практической работы в виде сообщения и электронной презентации.</p> <p>4. Практическое (семинарское) занятие: Защита задания практической работы по теме: «Виды и средства торговой рекламы. Выбор рекламных средств»</p> <p>5. Просмотр фото витрин магазинов заданных преподавателем, создание характеристики эффективной витрины. Чтобы Вы изменили или как заново оформили бы предложенную витринную зону для повышения рекламной эффективности и воздействия на потенциального потребителя? Обоснование ответа на вопрос посредством дополнительных вопросов: 1) Как Вы думаете, что эффективнее: сити-формат, каталог, витрина магазина, рекламирующие одежду какой-либо фирмы. Чем по Вашему мнению можно обосновать эффективность предложенных видов рекламы. 2) Чем (кроме размеров) отличается сити-формат от щитовой рекламы? Чем, по Вашему мнению, можно обосновать эти различия? 3) Как Вы думаете, щитовая реклама должна посвящаться одному товару или нескольким? Обоснуйте свой ответ, приведите примеры. Подготовка выступления и электронной презентации</p> <p>6. Практическое (семинарское) занятие:</p>		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект		Объем часов	Уровень освоения
		Защита задания практической работы по теме: «Виды и средства торговой рекламы. Выбор рекламных средств»		
	7.	Нахождение продукта плейсмент в фильме (сериале, телепрограмме) и в художественной литературе. Оценивание его эффективности. Обоснование эффективности посредством ответа на вопрос: если, по Вашему мнению, продукт плейсмент неэффективен, что предприняли бы Вы для увеличения его эффективности? Подготовка выступления и электронной презентации		
	8.	Практическое (семинарское) занятие: Защита задания практической работы по теме: «Виды и средства торговой рекламы. Выбор рекламных средств»		
<b>РАЗДЕЛ 4</b> <b>Методы привлечения внимания рекламы</b>			<b>28</b>	
<b>Тема 4.1</b> <b>Уникальное торговое предложение</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	1.	Уникальное торговое предложение (УТП): фактор эффективности рекламного предложения, понятие «уникальное торговое предложение», правила создания рекламного послания (предложения) потребителю.		
	<b>Практические занятия</b>		6	3
	1.	<i>Задание 1.</i> Выполнение анализа по заданной преподавателем рекламной продукции на предмет УТП (уникального торгового предложения). Определение уникальности продукции посредством ответа на вопрос: это УТП связано с действительной уникальностью товара (услуги) либо оно передает утверждение, которого еще не делали в рекламе других аналогичных товаров (услуг). В рекламе, каких товаров чаще всего используется УТП? Бытовая химия. Технологическое оборудование. Косметика. Бытовая техника. Представление примеров рекламы. <i>Задание 2.</i> Преставление примеров рекламной продукции, в которых используются послания для привлечения внимания: УТП, интенсивность, движение, контрастность, размер, эмоциональность. Определите, есть ли среди них рекламные послания, использующие одновременно несколько методов привлечения внимания. <i>Задание 3.</i> Подготовка выступления и электронной презентации		
	2.	Практическое (семинарское) занятие: Защита заданий практической работы по теме: «Уникальное торговое предложение»		
<b>Тема 4.2</b> <b>Повторяемость</b>	<b>Содержание</b>		1	1
	1.	Понятие «повторяемость». Заповеди повторяемости в рекламе по Р.Ривсу.		
<b>Тема 4.3</b> <b>Интенсивность в рекламе</b>	<b>Содержание</b>		1	1
	1.	Понятие «интенсивность в рекламе». Приемы достижения интенсивности в рекламной продукции: крупный план товара, изменение пропорций шрифта, приемы акцента в		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект		Объем часов	Уровень освоения
		композиции рекламы.		
Тема 4.4 Движение (динамичность) в рекламе	<b>Содержание</b>		1	1
	1.	Понятие «движение» в рекламной продукции. Условия появления динамичности в композиции рекламы: контрастные пропорции, отношения величин. Антирациональное проявление динамичности в композиции рекламы.		
Тема 4.5 Контрастность в рекламе	<b>Содержание</b>		1	1
	1.	Понятие «контраст» в рекламе. Причины использования контраста в рекламной продукции. Основные признаки контраста: форма, цвет, фактура, масштаб и т.д.		
Тема 4.6 Размер в рекламе	<b>Содержание</b>		1	1
	1.	Понятие «размер» и «масштаб» в композиции рекламы. Приемы привлечения внимания размером в рекламной продукции. Степень привлечения внимания размером к рекламному сообщению.		
Тема 4.7 Эмоциональность в рекламе	<b>Содержание</b>		1	1
	1.	Эмоциональная и рациональная реклама. Чувственно-мыслительные группы товаров: вызывающие чувства с большим и низким интересом, вызывающие размышления с большим и низким интересом. Положительные и отрицательные эмоции потребителей.		
	<b>Практические занятия</b>		14	3
	1.	<i>Задание 1.</i> Представление примеров любых известных мифов, сказаний, предсказаний и прочих содержащих архетипы, которые могут быть использованы в сегодняшней рекламной практике. <i>Задание 2.</i> Представление рекламной продукции с использованием известных мифов, сказаний, предсказаний в сегодняшней практике. Выполнение анализа эффективности рекламного воздействия (психологическое, экономическое) на потенциального потребителя: 1) потенциального потребителя, 2) характеристик рекламируемого изделия, конкурентов, для понимания конкурентной ситуации. <i>Задание 3.</i> Подготовка к защите практической работы: результаты заданий практической работы представить в виде сообщения и электронной презентации.		
2.	Практическое (семинарское) занятие: Защита заданий практической работы по теме: «Методы привлечения внимания к рекламе»			
<b>РАЗДЕЛ 5</b> Основные средства маркетинговых коммуникаций			<b>24</b>	
Тема 5.1 Коммуникация	<b>Содержание</b>		2	1
	1.	Определение коммуникации		
	2.	Модели коммуникации		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект		Объем часов	Уровень освоения
	3.	Классификация коммуникации		
<b>Тема 5.2</b> <b>Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга</b>			2	1
	1.	Понятие системы маркетинговых коммуникаций		
	2.	Роль коммуникации в комплексе маркетинга		
<b>Тема 5.3</b> <b>Реклама в системе маркетинговых коммуникаций</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	1.	Классификация рекламы: по целевой аудитории, по функциям и целям, по средствам передачи, по способу передачи. Экономическая роль рекламы. Понятие «потребительская реклама», «деловая реклама». Неценовое стимулирование сбыта продукции. Рекламно-информационная коммуникация. Обстоятельства успеха рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.		
<b>Тема 5.4</b> <b>Коммерческая пропаганда</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	1.	Понятие «коммерческая пропаганда». Цель, основные задачи, требования. Средства и приемы коммерческой пропаганды в достижении целей. Сравнительная характеристика между «коммерческой пропагандой» и «рекламой»		
<b>Тема 5.5</b> <b>Стимулирование сбыта товара или услуги</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	1.	Понятие «стимулирование сбыта». Виды стимулирования сбыта: стимулирование розничной торговли, потребителей, продаж. Методы стимулирования сбыта, их цели, задачи.		
<b>Тема 5.6</b> <b>Личная продажа</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	1.	Понятие «личная продажа». Цель, основные задачи, особенности личных продаж. Виды взаимодействия с покупателем. Тактика управления личными продажами. Условия эффективности личных продаж.		
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	<i>Задание 1.</i> Выбор публикации рекламного характера в печатном издании. Выполнение ее анализа: рекламируемый товар (услуга), название компании, реакция на данный товар (хотели бы Вы купить товар или на оборот, свое отношение к товару свяжите со своими сознательными и бессознательными мотивами и имиджем товара, который раскручивается рекламой). <i>Задание 2.</i> Определение сильных сторон выбранной рекламы и слабые, представление ответа на вопрос – чтобы Вы сделали для устранения недостатков в данной публикации, обоснуйте свое мнение. <i>Задание 3.</i> Освещение ответа на вопрос: Что первично при создании товара и разработке для него маркетинговой и рекламной стратегии: а) свойство товара,		3

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект		Объем часов	Уровень освоения
		б) потребности и мотивы потребителей? <i>Задание 4.</i> Подготовка выступления и электронной презентации.		
	2.	Практическое (семинарское) занятие: Защита заданий практической работы по теме: «Основные средства маркетинговых коммуникаций»		
<b>РАЗДЕЛ 6</b> <b>Интегрированные маркетинговые коммуникации</b>			<b>18</b>	
<b>Тема 6.1</b> <b>Сущность комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций и ее основные составляющие</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	1.	Сущность комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Цели, задачи, функции. Основные составляющие интегрированных маркетинговых коммуникаций: 1) реклама в средствах массовой информации, 2) сейлз промоушен – стимулирование сбыта, 3) паблик рилейшнз – связи с общественностью, 4) директ-маркетинг – персонализируемые рекламные предложения для идентифицированных потребителей.		
<b>Тема 6.2</b> <b>Особенности использования интегрированных маркетинговых коммуникаций в коммерческой деятельности</b>	<b>Содержание</b>		1	1
	1.	Коммуникация с посредниками, потребителями, различными контактными аудиториями и обратная связь с ними. Виды коммуникаций и обратной связи. Структура комплекса стимулирования на потребительских рынках и на рынках товаров промышленного назначения.		
<b>Тема 6.3</b> <b>Роль рекламы в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций</b>	<b>Содержание</b>		1	1
	1.	Цель и задачи рекламы. Экономическая функция: реализация контролирующей и корректирующей функции рекламы. Каналы распространения рекламы. Определение эффективности канала распространения рекламы в планировании рекламной компании. Механизмы взаимодействия маркетинговой системы управления деятельностью компании и ее рекламной деятельностью, как составной частью указанной системы.		
	<b>Практические занятия</b>		12	3
	1.	<i>Задание 1.</i> Выполнение анализа одного из заданных вариантов всемирно известных брендов. Заполнение предложенной таблицы. <i>Задание 2.</i> Представление в форме сообщения и электронной презентации истории создания компании по заданной теме. Представление ответов на вопросы: Как, по Вашему мнению, стимулировали сбыт товара? Какие средства маркетинговых коммуникаций для этого использовались? Какова в этом роль рекламы? <i>Задание 3.</i> Определение алгоритма продвижения торговой марки (анализ целей ее продвижения или задач, которые нужно решать рекламисту или маркетологу) на примере заданной в практической работе компании. <i>Задание 4.</i> Подготовка выступления и электронной презентации по практической работе.		



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект		Объем часов	Уровень освоения
	2.	Практическое (семинарское) занятие: Защита заданий практической работы по теме: «Интегрированные маркетинговые коммуникации»		
<b>Зачетное занятие</b>			2	3
<b>Самостоятельная работа</b>			72	3
<b>Примерная тематика домашних заданий</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовка к устному опросу по темам дисциплины.</li> <li>2. Доработка аудиторных практических работ.</li> <li>3. Подготовка к выполнению практических работ: подбор иллюстративного материала, информационного материала по теме практической работы; повторение теоретического материала по темам практической работы</li> <li>4. Подготовка к защите практической работы: применение учебного материала по темам дисциплины при выполнении практической работы, осуществления поиска дополнительного учебного материала, создание презентационного материала и защитного слова.</li> <li>5. Доработка аудиторных практических работ.</li> <li>6. Подготовка к дифференцированному зачету: знание теоретического материала по темам дисциплин, наличие выполненных практических работ за семестр, подготовка к выполнению практической работы на зачетном занятии.</li> </ol>				
<b>МДК.04.03.</b> <b>Правовое регулирование рекламной деятельности</b>			<b>48</b>	
<b>Раздел 1.</b> <b>Правовое регулирование рекламной деятельности</b>			48	
<b>Содержание</b>				1
	1.	Государство в политической системе общества		
	2.	Понятие, принципы и методы правового регулирования производственных отношений в сфере рекламной деятельности		
	3.	Организационно – правовые формы осуществления хозяйственной деятельности.		
	4.	Регулирование трудовых отношений в рекламной деятельности.		
	5.	Порядок заключения и прекращения трудового договора.		
	6.	Организация договорной работы в рекламной деятельности.		
<b>Практическое занятие №1</b>			2	2
	1.	«Определение места государства в политической системе общества» <i>Задание.</i> Описание политической системы общества: - институциональной; - нормативной; - функциональной; - коммуникативной;		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	- культурно-идеологической.		
	<b>Практические занятия №2</b>	2	2
1.	«Определение методов в сфере рекламной деятельности» <i>Задание.</i> Определение этапов рекламной деятельности. Медиапланирование.		
	<b>Практические занятия №3</b>	2	2
1.	«Разработка организационно-правовых форм» <i>Задание.</i> Составление таблицы «Структура организационно-правовых форм»		
	<b>Практические занятия №4</b>	2	2
1.	«Регулирование трудовых отношений в рекламной деятельности». <i>Задание.</i> Работа с Трудовым кодексом РФ. Рассмотрение трудовых отношений в рекламной деятельности.		
	<b>Практические занятия №5</b>	2	2
1.	«Работа с трудовым кодексом в части содержания трудового договора» <i>Задание.</i> Работа с Трудовым кодексом РФ. Рассмотрение трудового договора.		
	<b>Практические занятия №6</b>	2	2
1.	«Составление трудового договора» <i>Задание.</i> Работа с Трудовым кодексом РФ, статья 59 ТК РФ Основополагающие пункты при составлении трудового договора.		
	<b>Практические занятия №7</b>	2	2
1.	«Проведение организации договорной работы в рекламной деятельности». <i>Задание.</i> Классификация договоров в сфере рекламы.		
	<b>Практические занятия №8</b>	2	2
1.	«Работа по договорам по оказанию возмездных услуг». <i>Задание.</i> Работа с главой 39 ГК РФ (ст. 779-783). в сфере оказания информационных услуг - Федеральный закон от 27.07.2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"		
	<b>Практические занятия №9</b>	2	2
1.	«Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы» <i>Задание.</i> 1. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции; 2. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы арбитражными судами; 3. Порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы.		
	<b>Практические занятия №10</b>	2	2
1.	«Регулирования рекламной деятельности». <i>Задание.</i> Рассмотрение правового регулирования в зависимости от способа ее		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	распространения (реклама в телепрограммах и телепередачах, реклама в радиопрограммах и радиопередачах, реклама в периодических печатных изданиях, реклама в кино– и видеообслуживании, реклама, распространяемая по сетям электросвязи, наружная реклама, реклама на транспортных средствах, Особенности иных способов распространения рекламы).		
	<b>Практические занятия №11</b>	2	2
	1. «Проведение сравнительного анализа государственного и негосударственного регулирования рекламной деятельности». <i>Задание.</i> Составление таблицы государственного и негосударственного регулирования рекламной деятельности.		
	<b>Практические занятия №12</b>	2	2
	1. «Понятие рекламного права и рекламного законодательства». <i>Задание.</i> Конституция РФ (часть 1, статья 8), (части 4, 5, статья 29), (статья 34) Основные нормативные акты, регулирующие отношения в сфере рекламы		
	<b>Практические занятия №13</b>	2	2
	1. «Работа с Федеральным Законом «О рекламе» ст.3,4 <i>Задание.</i> Определение и сопоставление по частотным связям со статьями 6-9, 19, 421.		
	<b>Практические занятия №14</b>	2	2
	1. «Международное регулирование рекламной деятельности». <i>Задание.</i> Составление таблицы «Меры ответственности за незаконную рекламу в некоторых зарубежных странах»		
	<b>Практические занятия №15</b>	2	2
	1. «Работа с Международным Кодексом рекламной практики». <i>Задание.</i> Нахождение в кодексе с указанием статей: - определений (реклама, продукт, потребитель; - основные принципы; - сравнения; - диффамация (клевета); - свидетельства; - идентификация рекламы; - гарантии.		
	<b>Практические занятия №16</b>	2	2
	1. «Изучение правового регулирования взаимоотношений участников рекламного рынка» <i>Задание.</i> Работа с Федеральным Законом «О рекламе» - преимущество саморегулирования рекламы перед ее государственным регулированием.		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	<b>Практические занятия №17</b>	2	2
	1. «Рассмотрение системы российского информационного права». <i>Задание.</i> 1. Рассмотреть систему методов науки информационного права, провести классификацию методов. 2. Рассмотреть структуру информационных правоотношений и охарактеризовать каждый элемент. 3. Руководствуясь требованиями Гражданского кодекса Российской Федерации, определить возможность сохранения авторского права за наследниками автора. 4. Рассмотреть особенности защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет		
	<b>Практические занятия №18</b>	2	2
	1. «Работа с законами, регламентирующими государственное управление в сфере массовой информации». <i>Задание.</i> 1. Конституция Российской Федерации; 2. Законы, имеющие основным предметом регулирования деятельность СМИ; 3. Законы, регулирующие информационные отношения и связь, рекламу, авторское право; 4. Законы, действующие в условиях военного положения, чрезвычайных ситуаций, а также направленные на борьбу с экстремизмом и терроризмом		
	<b>Практические занятия №19</b>	2	2
	1. «Защита авторских и смежных прав». <i>Задание.</i> Работа с Законом «Об авторском праве»		
	<b>Практические занятия №20</b>	2	2
	1. «Анализ законодательства о рекламе. Особенности способов распространения рекламы». <i>Задание.</i> Работа с ФЗ «О рекламе», Законом РФ «О СМИ» - особенности распространения рекламы.		
	<b>Практические занятия №21</b>	2	2
	1. «Особенности рекламы отдельных видов товаров». <i>Задание.</i> Работа с ФЗ «О рекламе» (по отдельным видам товаров: алкогольная продукция, табачных изделий, лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения и др)		
	<b>Практические занятия №22</b>	2	2
	1. «Анализ наружной рекламы города на соответствие законодательства»		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект		Объем часов	Уровень освоения
		<i>Задание.</i> Определение несоответствующей рекламы по ФЗ «О рекламе» на примере наружной рекламы города. Провести описание, требования и нарушения при анализе рекламной деятельности.	4	2
	<b>Практические занятия №23</b>			
	1.	«Особенности социальной рекламы. Законодательство о рекламе. Анализ примеров нарушений общих требований к рекламе». <i>Задание.</i> Определение несоответствующей рекламы по ФЗ «О рекламе» на примере социальной рекламы города. Провести описание, требования и нарушения при анализе социальной рекламы.		
<b>Самостоятельная работа</b>			<b>24</b>	<b>3</b>
<b>Примерная тематика домашних заданий</b>				
1. Выполнение домашних практических работ. 2. Доработка аудиторных практических работ. 3. Подготовка сообщений и рефератов, согласно требованиям по заданным темам. 4. Подготовка к зачету: повторение теоретического материала по темам дисциплины.				
<b>МДК.04.04. Организационная структура рекламных предприятий</b>			<b>45</b>	
<b>Раздел 1. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг</b>			<b>8</b>	
	<b>Практическое занятие №1</b>		2	2
	Рекламные агентства и их функции			
	1.	<i>Задание 1.</i> Составление таблицы видов рекламных агентств, их функций в зависимости от вида.		
	2.	<i>Задание 2.</i> Рассмотрение структуры рекламного агентства: составление схем структуры в зависимости от вида и предоставляемых услуг рекламного агентства.		
	<b>Практическое занятие №2</b>		2	2
	Анализ организации взаимоотношений участников рекламного процесса			
	1.	<i>Задание 1.</i> Рассмотрение организации взаимоотношений участников рекламного процесса – договорная форма.		
2.	Определение положительных и отрицательных сторон таких взаимоотношений.			
3.	Определение 3 направлений взаимодействия субъектов рекламного процесса.			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	<b>Практическое занятие №3</b>	2	2
	Планирование рекламной работы на предприятии		
	1. <i>Задание 1.</i> Определение на примере действующих рекламных компаний города цели, продолжительности, признаков. 2. <i>Задание 2.</i> Сопоставление маркетинговой ситуации и определение целей рекламной компании.		
	<b>Практическое занятие №4</b>	2	2
	Организация и планирование рекламных компаний		
1. <i>Задание 1.</i> Рассмотрение организации в зависимости от принципа построения: - функциональная; - товарная; - рыночная; - товарно-функциональная. 2. <i>Задание 2.</i> Определение сильных и слабых сторон построения рекламных служб.			
<b>Раздел 2. Фирменное наименование и коммерческое обозначение предприятий, знаки и марки товаров как средства рекламы</b>		<b>8</b>	2
	<b>Практическое занятие №5</b>	2	2
	Определение содержания и состава интеллектуальной собственности предприятий		
	1. <i>Задание 1.</i> Работа с источниками информации на определение содержания собственности предприятий. Составление в табличной форме. (п. 1 ст. 2 ГК РФ, ст. 138 ГК РФ). 2. <i>Задание 2.</i> Понятие интеллектуальной собственности. Определения ВОИС; - Понятие патентной чистоты объекта новой техники; - Лицензионный договор. Лицензиар и лицензиат; - Цели патентных исследований; - Виды товарных знаков и порядок регистрации; - Объекты авторского права. Понятие произведения и их виды и формы.		
	<b>Практическое занятие №6</b>	2	2
	Анализ средств индивидуализации предприятий – фирменного наименования и коммерческого обозначения		
	1. <i>Задание 1.</i> Определение структуры фирменного наименования: основного и необходимого. 2. <i>Задание 2.</i> Определение требований к фирменному наименованию. - фирма государственного предприятия; - фирма предприятия, принадлежащей кооперативной организации; - фирма предприятия, принадлежащего акционерному обществу.		
	<b>Практическое занятие №7</b>	2	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект		Объем часов	Уровень освоения
	1.	<p>Анализ товарных знаков как средства индивидуализации товаров</p> <p><i>Задание.</i> Анализ товарных знаков: - словесных, изобразительных, объемных, звуковых, световых, комбинированных и других на примерах различных рекламных предприятий.</p>		
	<b>Практическое занятие №8</b>		2	2
	1.	<p>Собственные (частные) торговые марки и их типология</p> <p><i>Задание 1.</i> Составить таблицу типологии торговых марок: - марка-продукт; - марка-линия; - марка-гамма; - марка-зонтик; - марка-источник; - марка-поручительство.</p>		
	2.	<p><i>Задание 2.</i> Анализ преимуществ и недостатков стратегий торговых марок</p>		
3.	<p><i>Задание 3.</i> Подготовка ответов на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечислите основные подходы к построению торговой марки.</li> <li>2. Какие показатели лежат в основе определения типа торговой марки?</li> <li>3. Назовите основные типы торговых марок, принятые в европейской практике брэндинга (по Капфереру).</li> <li>4. Особенности «европейского», «американского» и «восточного» подходов к процессу построения и развития торговой марки.</li> <li>5. Какова взаимосвязь деловых культур и практики брэндинга</li> </ol>			
<b>Раздел 3. Рекламная деятельность оптовых и производственных предприятий</b>			<b>6</b>	
	<b>Практическое занятие №9</b>		2	2
	1.	<p>Планирование рекламной деятельности оптовых предприятий (оптовых фирм, объединений, ассоциаций)</p> <p><i>Задание 1.</i> Определение задач рекламной деятельности оптовых предприятий, средств демонстрационной рекламы.</p>		
	2.	<p><i>Задание 2.</i> Определение данных об условиях продажи отдельных партий товара, их размерах, способах доставки покупателям и другие сведения, необходимые для работников оптовых и розничных предприятий и организаций (на конкретном рекламном оптовом предприятии).</p>		
	<b>Практическое занятие №10</b>		2	2
Рекламная деятельность производственных предприятий				

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	1. <i>Задание.</i> Определение целей рекламы для промышленных предприятий (формирование спроса оптовых и розничных покупателей на новые товары; поддержание спроса на товары, производство которых стабильно; популяризация производственных предприятий, объединений, выпускающих товары народного потребления).		
	<b>Практическое занятие №11</b>		2
	1. <i>Задание.</i> Предложение рациональных форм сотрудничества рекламной деятельности для предложенных предприятий: - кооперирование предприятий промышленности, оптовой и розничной торговли в проведении централизованных рекламных мероприятий; - сотрудничество в разработке методических установок о сроках проведения рекламных мероприятий, способах рекламирования товаров, а также рекомендаций по выбору соответствующих средств рекламы; - создание специального фонда денежных средств; - проведение кампании, при которой централизованное методическое руководство сочетается с централизованным обеспечением местных организаций рекламными средствами и материалами.		2
<b>Раздел 4. Организация рекламы в магазине</b>		<b>14</b>	
	<b>Практическая работа №12</b>		2
	Разработка внешней рекламы магазина		
	1. <i>Задание 1.</i> Предложение конструкции для внешней рекламы магазина (щиты, плакаты, афиши, вывески, указатели, ценники, табло и пр.). Составить схему размещения конструкций на плане предлагаемого магазина.		
	2. <i>Задание 2.</i> Разработка информационного текста с дополняющим зрительным образом (показать пользу рекламируемого объекта с приведением доказательств его полезности).		
	<b>Практическая работа №13</b>		4
Интерьер магазина как средство рекламы			
1. <i>Задание.</i> Составляющие «фирменного лица» магазина: - оборудование; - световое решение; - выкладка товара. Комплексная разработка интерьера магазина по индивидуальному заданию.			
<b>Практическая работа №14</b>		2	2



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	<p>Определение и разработка рекламных мероприятий в магазине</p> <p>1. <i>Задание.</i> Предложение промо-акций, приносящих большой эффект от рекламной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прямое воздействие на покупателя (consumer promotion). Задача презентации увеличить продажи конкретного товара непосредственно в точке продаж при помощи влияния на покупателя.</li> <li>- воздействующая на торговую сеть, торговых представителей, продавцов и другие службы торговых сетей с целью формирования их мнения о товаре или бренде (trade promotion). Проведение акции подразумевает влияние на работников торговых предприятий.</li> <li>- организованные в виде шоу, праздников, презентаций, в момент выпуска товара на рынок (event marketing). Такие мероприятия организуются, как правило, по оригинальным сценариям, с целью произвести как можно большее впечатление на рынок потребления данного вида продукта.</li> <li>- промо-акции в магазинах, торговых точках. Данная услуга призваны воздействовать непосредственно на покупателей. используются следующие приёмы: продажа по сниженным ценам, демонстрация товарной продукции с возможностью апробирования возможностей товара покупателем, дегустация продуктов питания, реклама в средствах информации, раздача подарков и т.д.</li> </ul>		
	<b>Практическая работа №15</b>	2	2
	<p>Витрины как средство рекламы</p> <p>1. <i>Задание.</i> Основные задачи витрины как функционального элемента. Выполнение эскизирования основных типов витрин, в зависимости от:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- витринной коробки;</li> <li>- товарного признака;</li> <li>- характера оформления;</li> <li>- техническим средствам.</li> </ul>		
	<b>Практическая работа №16</b>	4	2
	<p>Оформление витрин образцами различных товарных групп</p> <p>1. <i>Задание.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Принципы оформления витрин;</li> <li>- Приемы выкладки товаров различных групп;</li> <li>- Применение манекенов и полуманекенов;</li> <li>- Композиционные решения в оформлении.</li> </ul>		
<p><b>Раздел 5.</b> <b>Эффективность рекламной деятельности</b></p>		<b>9</b>	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	<b>Практическая работа №17</b>	4	2
	1. <i>Задание.</i> Определение экономической эффективности рекламных мероприятий (расчет экономической эффективности по оперативным данным (индивидуальные данные)). Расчет по формулам, вывод.		
	<b>Практическая работа №18</b>	5	2
	1. <i>Задание.</i> Определение психологической эффективности применения средств рекламы потребителя путем (предварительные данные): - наблюдений; - экспериментов; - опросов. Расчет по формулам, вывод.		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>8</b>	3	
<b>Примерная тематика домашних заданий</b> 1. Выполнение домашних практических работ. 2. Доработка аудиторных практических работ. 3. Подготовка сообщений и рефератов, согласно требованиям по заданным темам. 4. Подготовка к зачету: повторение теоретического материала по темам дисциплины.			
<b>УП.04.01 Учебная практика по организации работы коллектива исполнителей</b> <b>Виды работ</b>  <i>Содержание учебного материала:</i> 1. Сувенирная полиграфическая продукция: открытки. Понятие «открытка», назначение, виды открыток. Основные задачи проектирования открыток. Тенденции в дизайне современных открыток. 2. Особенности разработки сувенирных открыток. Правила грамотного построения композиции при создании открытки. Конструктивные особенности упаковки для набора сувенирных открыток. оценка оптимальности проектного решения сувенирной полиграфической продукции.  <b>Практическая работа 1.</b> Разработка набора открыток в упаковке по заданной теме, подчеркивая признаки стилистического единства всего комплекта. <b>Практическая работа 2.</b> Разработка упаковки для четырех комплектов сувенирных открыток, соблюдая принцип стилистического единства. <b>Техника исполнения:</b> компьютерная графика. <b>Практическая работа 3.</b> Оформление отчета по выполнению практических работ по учебной практике. Подготовка к защите практической работы: защитное слово, электронная презентация.		<b>72</b>	3

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	<p><b>Последовательность выполнения практической работы по практике:</b></p> <p><b>Практическая работа 1.</b></p> <p>Задание 1. Выполнение предпроектной ступени дизайн-проектирования набора сувенирных открыток (открытки+упаковка): сбор информации о проектной задаче; выполнение анализа визуальной культуры, аналогов.</p> <p>Задание 2. Формулировка концепции проекта, отражающей: 1) концепт «Образ формы» и «Стиля», ретранслируемый потребителем; 2) концепт «Конструкция», передающий пропорции, размер пользователям; 3) концепт «Чувство», вызываемое у зрителя.</p> <p>Задание 3. Выполнение проектного этапа проектирования набора сувенирных открыток: выполнение графического поиска в контексте концепции – создание ряда вариантов композиций для оформления открыток и упаковки по средствам коллажа, шрифтовых композиций, текстовой информации.</p> <p>Задание 4. Выполнение проектного этапа проектирования набора сувенирных открыток: выполнение художественно-конструкторского поиска в контексте концепции – создание чертежа развертки упаковки открыток.</p> <p>Задание 5. Выполнение проектного этапа проектирования набора сувенирных открыток: выполнение художественно-конструкторского поиска в контексте концепции – оформление сторон упаковки для открыток.</p> <p>Задание 6. Выполнение анализа проработанности дизайн-решения комплекта открыток и модернизации с учетом требований предъявляемых к сувенирной полиграфической продукции.</p> <p>Задание 7. Подготовка к защите практической работы 1: подготовка электронной презентации и защитного слова</p> <p>Защита практической работы.</p> <p><b>Практическая работа 2.</b></p> <p>Задание 1. Формулировка образа заданной темы с отражением концептуального решения посредством пластики (конструкции упаковки) и графики (коллажа, шрифтовых композиций, заголовков, текста).</p> <p>Задание 2. Выполнение проектного этапа проектирования набора сувенирных открыток: выполнение художественно-конструкторского поиска в контексте концепции – создание чертежа развертки упаковки, оформление сторон упаковки, распечатка и сборка макета упаковки.</p> <p>Задание 3. Выполнение анализа проработанности дизайн-решения комплекта открыток с учетом маркетингового подхода: цель и функция разработанного дизайн-объекта; реакция на данный товар потребителей (хотели бы его приобрести, отношение потребителей на объект (связь сознательных и бессознательных мотивов)). Определение сильных и слабых сторон дизайн-объекта. Представление ответа на вопрос – чтобы Вы сделали для устранения недостатков в данной разработке, обоснуйте свое мнение.</p> <p>Задание 4. Создание маркетингового предложения для реализации комплекта сувенирных открыток, обоснование своего решения. Представление ответа на вопрос – маркетинговое предложение по реализации разработанной Вами сувенирной продукции сможет, принести прибыль или нет, обоснуйте свое мнение.</p> <p><b>Практическая работа 3.</b></p> <p>Оформление отчета по учебной практике выполняется с учетом требований ГОСТа в электронном печатном виде в формате А4.</p> <p>Структура Отчета:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Титульный лист (форма установленного образца, один лист);</li> <li>– Содержание (один лист);</li> <li>– Введение;</li> <li>– Анализ заданий по практике;</li> <li>– Самооценка практики;</li> </ul>		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсов проект	Объем часов	Уровень освоения
	<p>– Выводы.</p> <p>Выполнение электронной презентации и составление защитного слова: регламент защиты 7-10 мин., 5-10 мин. – отводится на дополнительные вопросы по практическим работам.</p> <p>Защита практической работы.</p>		

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 кабинета (совмещенного с другими дисциплинами):

Экономики и менеджмента.

Оборудование кабинета и рабочих мест кабинета:

- Рабочее место – стол, стул,
- Персональный компьютер с выходом в Интернет, монитор, клавиатура+мышь (комплект),

Технические средства обучения:

- Проекционное мультимедиаоборудование,
- Экран,
- Компьютер с выходом в Интернет, монитор, клавиатура+мышь (комплект).

Методический материал:

- Комплект методических указаний для выполнения практических работ МДК.04.01 Основы менеджмента, управлением персоналом;
- Рабочая программа ПМ.04 Организация работы коллектива исполнителей;
- Наличие постоянной и временной экспозиции работ студентов в кабинете,
- Информационный стенд с меняющейся учебной информацией.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную практику УП.04.01 По организации работы в коллективе исполнителей в лаборатории «компьютерного дизайна».

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест в лаборатории:

- Рабочее место – стол, стул,
- Персональный компьютер с выходом в Интернет, монитор, клавиатура+мышь (комплект),

Технические средства обучения:

- Проекционное мультимедиаоборудование,
- Экран,
- Компьютер с выходом в Интернет, монитор, клавиатура+мышь (комплект),
- Набор инструментов и приспособлений для выполнения практических работ: линейка, угольник, простые карандаши разной твердости, ножницы, канцелярский нож, кисти №1-№6;
- Набор материалов для выполнения практических работ: бумага для набросков формата А4, гуашь, акварельные краски, клей ПВА, клей «Салит».

Методический материал:

- Комплект методических указаний для выполнения практических работ и отчета по учебной практике,
- Наличие постоянной и временной экспозиции работ студентов в лаборатории,
- Инструкции по технике безопасности при работе,
- Журнал регистрации инструктажа на рабочем месте,
- Информационный стенд с меняющейся учебной информацией.

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

##### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Алексеев, А.Г. Проектирование: Предметный дизайн [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Г. Алексеев. — Электрон. дан. — Кемерово : КемГИК, 2017. — 95 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/105256>. — Загл. с экрана.

2. Кокуева, Ж.М. Управление персоналом [Электронный ресурс] : методические указания / Ж.М. Кокуева, В.В. Яценко. — Электрон. дан. — Москва : МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2017. — 102 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/103675>. — Загл. с экрана.

3. Юкаева, В.С. Менеджмент: Краткий курс [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.С. Юкаева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 104 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93366>. — Загл. с экрана.

4. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Морозов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 148 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93309>. — Загл. с экрана.

5. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике [Электронный ресурс] / В.Д. Курушин. — Электрон. дан. — Москва : ДМК Пресс, 2017. — 308 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97360>. — Загл. с экрана.

6. Трудовое право. В 2-х томах. Т.1 [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон. дан. — Москва : Издательство "Прометей", 2017. — 288 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/96739>. — Загл. с экрана.

7. Трудовое право. В 2-х томах. Т.2 [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон. дан. — Москва : Издательство "Прометей", 2017. — 492 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/96740>. — Загл. с экрана.

8. Мандыч, И. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. А. Мандыч. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 75 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163841> (дата обращения: 19.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительные источники:

1. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян. — Электрон. дан. — Кемерово : КемГИК, 2016. — 150 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/99290>. — Загл. с экрана.

2. Жданова, Н.С. Основы дизайна и проектно-графического моделирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.С. Жданова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 196 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97117>. — Загл. с экрана.

3. Веб-дизайн в маркетинге упаковки [Электронный ресурс] : методические указания / А.В. Шафрай. — Электрон. дан. — Кемерово : КемГУ, 2017. — 58 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/102684>. — Загл. с экрана.

4. Поляков, А.В. Общая теория права [Электронный ресурс] : учебник / А.В. Поляков, Е.В. Тимошина. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2017. — 468 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/113190>. — Загл. с экрана.

5. Маркетинг: Сборник заданий : учебное пособие / составители О. И. Барина, Т. Г. Родионова. — Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2020. — 59 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/159436> (дата обращения: 19.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Зубкова, Н. В. Маркетинг инноваций : учебно-методическое пособие / Н. В. Зубкова. — Тольятти : ТГУ, 2019. — 125 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139916> (дата обращения: 19.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Интернет ресурсы:

1. <https://infogra.ru/design>

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

1. В целях воспитания и развития личности, достижения результатов при освоении основной профессиональной образовательной программы в части развития общих компетенций обучающийся обязан:

- выполнять в установленные сроки все практические задания, предусмотренные основной профессиональной образовательной программой,
- изучать лекционный теоретический материал, предусмотренный основной профессиональной образовательной программой,
- выполнять заданные на дом самостоятельные работы, предусмотренные основной профессиональной образовательной программой,

- вовремя сдавать зачеты и экзамены с целью оценивания преподавателем результатов освоения профессионального модуля,
  - соблюдать правила техники безопасности и трудовую дисциплину.
2. Студенту предоставляется возможность посещать консультации по дисциплинам с целью углубления знаний учебного материала, улучшения результатов текущего и итогового среза знаний учебного материала. Предусмотрены следующие формы проведения консультаций – групповые, индивидуальные, письменные, устные, которые определяет преподаватель.
3. Разделом ОПОП предусматривается учебная практика: УП.04.01 По организации работы коллектива исполнителей. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. Место прохождения учебной практики – лаборатория компьютерного дизайна.
4. В период прохождения учебной практики студенты должны выполнять практические задания, предусмотренные профессиональной образовательной программой.
5. В период прохождения учебной практики студент обязан:
- выполнять практические работы в соответствии с учебным планом практики;
  - соблюдать правила техники безопасности и трудовую дисциплину;
  - выполнить отчет по практике, в котором освещает объем проделанной работы, в установленные сроки преподавателем;
  - подготовиться к защите учебной практики;
  - сдать зачет по практике в установленные сроки.
6. Защита учебной практики проходит с использованием итоговых работ по практической работе. Явка всех практикующихся обязательна.
7. Итоговую оценку по учебной практике ставит комиссия, состоящая из преподавателей колледжа, при этом учитывается:
- оценка уровня и качества освоения общих и профессиональных компетенций руководителя производственной практики,
  - оформление отчетных документов,
  - защита практических заданий по учебной практики.
8. Результаты МДК.04.01 Основы менеджмента, управлением персоналом, учебной практики УП.04.01 По организации работы коллектива исполнителей оцениваются по четырехбалльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно).

***Дисциплины и модули, изучение которых предшествовало освоению модуля ПМ.03. Контроль за изготовлением изделий в производстве***

**в части соответствия их авторскому образцу:**

- ОП Общеобразовательные дисциплины:  
ОП 01. Материаловедение;  
ОП 03. Рисунок с основами перспективы;



ОП 04. Живопись с основами перспективы;  
ОП 05. История дизайна;  
ОП 06. История изобразительного искусства;  
ОП.07. Безопасность жизнедеятельности.

ПМ.01 Разработка художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно-пространственных комплексов:

МДК.01.01 Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве);

МДК.01.02 Основы проектной и компьютерной графики;

МДК.01.03 Методы расчета основных технико-экономических показателей проектирования;

УП.01.01 Учебная практика (шрифтовая);

УП.01.02 Учебная практика по компьютерной графике.

ПМ.02 Техническое исполнение художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов в материале:

МДК.02.01 Выполнение художественно-конструкторских проектов в материале;

МДК.02.02 Основы конструкторско-технологического обеспечения дизайна;

МДК.02.03 Веб-проектирование;

МДК.02.04 Дизайн – проектирование;

МДК.02.05 Дизайн и рекламные технологии;

УП.02.01 Учебная практика по разработке дизайна рекламы;

УП.02.02 Учебная практика по разработке дизайна сайта.

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

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

Преподавательский состав: педагогические кадры, имеющие среднее профессиональное или высшее профессиональное образование, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Инженерно-педагогический состав: имеющие опыт работы в сфере графического дизайна с средним профессиональным или высшим профессиональным образованием.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции/виды профессиональной деятельности)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
---	--	---

<p>ПК 4.1 Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Уровень сформированности знаний этапов изготовления дизайн-объектов по художественно-конструкторскому решению</li> <li>– Уровень сформированности умений самостоятельной работы проектирования дизайн-объектов</li> <li>– Уровень сформированности планирования собственной деятельности;</li> <li>– Уровень сформированности опыта работы с коллективом исполнителей</li> <li>– знание основных функций управления</li> <li>– умение определять миссию и цели организации</li> <li>– знание о видах разделения труда менеджеров в процессе разработки дизайн-проектов</li> <li>– умение оценивать роль руководителя в процессе реализации дизайн-проектов</li> <li>– умение делегировать полномочия исполнителям при составлении конкретных заданий для реализации дизайн-проекта</li> <li>– оперативность и безошибочность при принятии управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях</li> <li>– умение нести ответственность за коллективно принимаемые решения</li> <li>– Демонстрация умения</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Просмотр практических работ по дисциплинам модуля;</li> <li>2) Текущий контроль знаний и умений по дисциплинам модуля;</li> <li>3) Итоговая аттестация по дисциплинам модуля;</li> <li>4) Итоговая аттестация по учебной практике.</li> </ol>
---	--	---

	<p>использовать информационное, правовое, нормативно-методическое обеспечение системы управления персоналом;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Демонстрация умения работать с организационно-правовыми документами, регламентирующими структуру, численность, фонд заработной платы персонала</li> <li>– Демонстрация умения составлять конкретное задание на основе технологической карты</li> <li>– Демонстрация знаний и пониманий разделов «Рабочее время», «Время отдыха», «Оплата и нормирование труда» Трудового кодекса РФ</li> <li>– Демонстрация понимания и объяснения важности технологических и организационных решений, принимаемых в целях обеспечения экономного, высококачественного и безопасного выполнения работ;</li> <li>– Изложение составляющих системы управления трудовыми ресурсами в организации</li> <li>– Изложение знаний назначения и структуры технологических карт</li> </ul>	
<p>ПК 4.2 Планировать собственную деятельность.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Уровень сформированности знаний этапов изготовления дизайн-объектов по художественно-конструкторскому решению</li> <li>– Уровень сформированности умений самостоятельной работы проектирования дизайн-объектов</li> <li>– Уровень сформированности планирования собственной деятельности;</li> <li>– Уровень сформированности опыта работы с коллективом</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Просмотр практических работ по дисциплинам модуля;</li> <li>2) Текущий контроль знаний и умений по дисциплинам модуля;</li> <li>3) Итоговая аттестация по дисциплинам модуля;</li> <li>4) Итоговая аттестация по</li> </ol>

	<p>исполнителей</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– знание функций, принципов и методов планирования;</li> <li>– знание особенностей стратегического планирования</li> <li>– умение эффективно делегировать полномочия</li> <li>– умение составлять бизнес-план</li> <li>– умение составлять план профессионального развития менеджера</li> <li>– знание сущности и значения группового мышления в процессе планирования</li> <li>– знание особенностей формальных и неформальных организаций</li> <li>– Изложение особенностей работы с коллективом исполнителей, основные права и обязанности работника</li> <li>– Изложение целей планирования собственной деятельности и деловой карьеры</li> <li>– Демонстрация умения объяснять методы и формы обучения персонала</li> <li>– Демонстрация умения проводить анализ эффективности управления персоналом по показателям численности с учетом степени выполнения плана по выпуску продукции (по труду), выявлять пути сокращения затрат труда на выпуск продукции</li> <li>– Демонстрация умения комментировать статьи Трудового Кодекса РФ по вопросам совместительства и совмещения персонала</li> </ul>	<p>учебной практики.</p>
<p>ПК 4.3. Контролировать сроки и качество выполненных заданий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Уровень сформированности знаний этапов изготовления дизайн-объектов по художественно-конструкторскому решению</li> </ul>	<p>1) Просмотр практических работ по дисциплинам модуля; 2) Текущий контроль</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Уровень сформированности умений самостоятельной работы проектирования дизайн-объектов</li> <li>– Уровень сформированности планирования собственной деятельности;</li> <li>– Уровень сформированности опыта работы с коллективом исполнителей</li> <li>– знание задач, принципов и видов управленческого контроля</li> <li>– умение определять объекты контроля и контролируемые параметры</li> <li>– уметь оценивать эффективность дизайнерской фирмы как основной функции управленческого контроля</li> <li>– знание методов оценки и управления рисками</li> <li>– умение разрабатывать схему контроля на стадии дизайнерской разработки и внедрения проекта</li> <li>– Изложение значения контроля сроков и качества выполнения заданий</li> <li>– Изложение целей установления испытательного срока при приеме на работу</li> <li>– Изложение методов отбора кандидатов на вакантную должность, требования к претендентам на должность</li> <li>– Демонстрация умения проводить анализ выполнения плана по численности работников</li> <li>– Демонстрация умения классифицировать персонал в зависимости от характера трудовых функций, продолжительности рабочего времени, времени отдыха</li> </ul>	<p>знаний и умений по дисциплинам модуля;</p> <p>3) Итоговая аттестация по дисциплинам модуля;</p> <p>4) Итоговая аттестация по учебной практики.</p>
--	--	---

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проявление профессионально значимых качеств личности;</li> <li>– Умение выявлять проблемы и искать пути их решения;</li> <li>– Уровень сформированности умений работать со специальной литературой и другими источниками информации, включая Интернет;</li> <li>– Проявление умений выявлять проблемы, искать пути их решения и нести за них ответственность;</li> <li>– Уровень сформированности умений работать в коллективе, эффективно общаться с учащимися группы, преподавателями колледжа;</li> <li>– Проявление ответственности студента за результат выполнения самостоятельного задания;</li> <li>– Уровень сформированности профессионального и личностного развития студента;</li> <li>– Проявление умений ориентироваться в технологических процессах профессиональной деятельности.</li> </ul>	<p>1) Текущий контроль в период теоретического обучения, практических занятий, самостоятельной работы;</p> <p>2) Итоговая аттестация по дисциплинам модуля;</p> <p>3) Итоговая аттестация учебной практики (отчетная документация по практике, защита практики).</p>

