

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**МДК.04.01**

(Индекс дисциплины)

**Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности**

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 05

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Программа подготовки: Базовая

**План учебного процесса**

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	<b>Максимальная учебная нагрузка</b>	150		
	<b>Обязательные учебные занятия</b>	100		
	Лекции, уроки	76		
	Практические занятия, семинары	24		
	Лабораторные занятия			
	Курсовой проект (работа)			
	<b>Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)</b>	50(8)		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен			
	Зачет			
	Контрольная работа	7		
	Курсовой проект (работа)			

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по соответствующей специальности

и на основании учебного плана № 20-02/1/3, 19-02/1/3,18-02/1/3, 42/23

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная  Обязательная  Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл   
Часть модуля  Вариативная  Математический и общий естественнонаучный учебный цикл   
Профессиональный учебный цикл

Профессиональный модуль: 

ПМ.04
-------

**Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

*(Индекс модуля)*

*(Наименование профессионального модуля)*

## 1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области применения в профессиональной деятельности методов, средств и приемов менеджмента, форм делового и управленческого общения, контроля и оценки эффективности рекламных кампаний, медиапланирования.

## 1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть ключевые аспекты менеджмента: понятие, концепции, процесс управления, функции, стили управления.
- Раскрыть способы контроля и оценки эффективности рекламной кампании.
- Рассмотреть сущность медиапланирования.
- Способствовать овладению навыками решения типовых задач в области профессиональной деятельности.

## 1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

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

Профессиональные: (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.

### 1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Иметь практический опыт:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).</li> <li>2) Контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).</li> <li>3) Взаимодействия с субъектами рекламной деятельности (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).</li> </ol>
Уметь:	<ol style="list-style-type: none"> <li>4) Подготовки документации для регистрации авторских прав (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).</li> <li>1) Составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).</li> <li>2) Работать с рекламой в средствах массовой информации (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).</li> <li>3) Проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).</li> <li>4) Проводить презентацию рекламного продукта (ОК1-12, ПК 4.1-4.3).</li> <li>5) Подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).</li> </ol>
Знать:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации (ОК1-12, ПК 4.1-4.3).</li> <li>2) Основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).</li> <li>3) Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).</li> <li>4) Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).</li> <li>5) Аспекты планирования рекламы (ОК1-10, ПК 4.1-4.3)</li> <li>6) Этапы принятия и реализации управленческих решений (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).</li> <li>7) Классификацию целей менеджмента (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).</li> </ol>

### 1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4

- ОГСЭ.01 Основы философии (ОК 1-10).
- ОП.04 Экономика организации (ОК 1-10).
- МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (ОК 1-10).
- ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (ОК 1-11, ПК 4.1-4.3)
- ОП.11 Документационное обеспечение управления (ОК 6-8, ПК 4.3)

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<b>Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента</b> Понятие и сущность менеджмента. Соотношение понятий «управление» и «менеджмент». Управленческий труд и его специфика. Классификация управленческих работников. Развитие теории и практики менеджмента. Специфика менеджмента в России. Организация работы предприятия. Цикл менеджмента.	12		
<b>Тема 2 . Целенаправленность управления</b> Миссия и цели организации. Свойства и виды целей. Содержание и значение метода управления по целям.	4		
<b>Тема 3. Планирование как функция менеджмента</b> Значение и принципы планирования. Перспективный подход в управлении. Анализ внешней и внутренней среды организации. Общая стратегия развития организации.	10		
<b>Тема 4. Организация как функция менеджмента</b>	12		

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Разделение деятельности в организации. Виды организационных структур управления. Выявление структурных проблем. Факторы, определяющие организационную структуру управления. Проектирование индивидуальных должностных инструкций. Современные концепции организации. Стадии и кризисы организационного развития.			
<b>Тема 5. Координация деятельности в организации</b> Сущность и задачи координации в системе управления. Способы координации деятельности (по Гэлбрейту). Способы координации (по Минцбергу).	6		
<b>Тема 6. Контроль и регулирование</b> Сущность и задачи контроля в системе управления. Составляющие процесса контроля и уровни его применения. Типы контроля. Этапы контроля. Характеристики эффективного контроля.	8		
<b>Тема 7. Мотивация в системе менеджмента</b> Общая характеристика мотивации. Содержательные теории мотивации. Делегирование.	6		
<b>Тема 8. Функция руководства</b> Содержательная характеристика функции руководства. Роли руководителя. Система методов управления. Эффективность управления организацией. Характеристики эффективного управления.	7		
<b>Тема 9. Лидерство (стили руководства) в менеджменте</b> Понятие лидерства. Теории лидерских черт. Теории лидерских стилей. Ситуационные теории лидерства. Психоаналитические теории лидерства	5		
<b>Тема 10. Управленческое решение</b> Управленческое решение. Виды и типы управленческих решений. Методы принятия решений. Уровни принятия решений.	6		
<b>Тема 11. Коммуникационный процесс</b> Информация как основа коммуникационного процесса. Этапы коммуникационного процесса. Деловое общение. Управление коммуникациями в организациях.	6		
<b>Тема 12. Культура организации</b> Понятие организационной культуры. Корпоративная культура и климат организации. Виды организационной культуры. Изменение организационной культуры.	6		
<b>Тема 13. Социофакторы и этика менеджмента</b> Эффективность деятельности рабочей группы. Управление конфликтами. Стресс. Пути предупреждения стрессовых ситуаций. Самоменеджмент.	6		
<b>Тема 14. Организация и планирование рекламных кампаний</b> План рекламной кампании. Разработка рекламного бюджета. Документы, содержащиеся в рекламном плане. Документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	18		
<b>Тема 15 Медиапланирование</b> Введение в медиапланирование. Этапы медиапланирования. Медиапараметры для оценки рекламоносителей. Основные документы медиапланирования	13		
<b>Тема 16 Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности</b> Тактический и стратегический контроль рекламы. Особенности планирования и организации контроля в рекламном агентстве. Объекты исследований в рекламе. Экономическая эффективность рекламной кампании.	14		
<b>Текущий контроль по дисциплине</b> Проверочные работы, тестирования, проверка домашних заданий	5		
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине в 7 семестре</b> контрольная работа	6		
<b>Комплексный экзамен по профессиональному модулю ПМ.04</b>			
<b>ВСЕГО:</b>	<b>150</b>		

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

#### 3.1. Лекции, уроки

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 1	7	6				
Тема 2	7	2				
Тема 3	7	4				
Тема 4	7	4				
Тема 5	7	2				
Тема 6	7	4				
Тема 7	7	4				
Тема 8	7	4				
Тема 9	7	2				
Тема 10	7	4				
Тема 11	7	2				
Тема 12	7	4				
Тема 13	7	6				
Тема 14	7	12				
Тема 15	7	8				
Тема 16	7	6				
<b>1-16 контрольная работа</b>	<b>7</b>	<b>2</b>				
<b>ВСЕГО:</b>		<b>76</b>				

#### 3.2. Практические занятия, семинары

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 1	Практическое занятие №1 «Анализ управленческих навыков и характеристик менеджера»	7	2				
Тема 2	Практическое занятие №2 «Анализ миссии и целей организации»	7	2				
Тема 3	Практическое занятие №3 «Анализ внутренней в внешней среды организации»	7	2				
Тема 4	Практическое занятие №4 «Построение структуры организации»	7	2				
Тема 6	Практическое занятие №5 «Анализ способов контроля организации»	7	2				
Тема 8	Практическое занятие №6 «Анализ управленческих решений»	7	2				
Тема 9	Практическое занятие №7 «Ситуационные теории лидерства»	7	2				
Тема 10	Практическое занятие №8 «Определение стилей управления по решетке менеджмента»	7	2				
Тема 13	Практическое занятие №9	7	2				

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	«Анализ конфликтов»						
Тема 14	Практическое занятие №10 «Разработка рекламного бюджета»	7	2				
Тема 15	Практическое занятие №11 «Медиапланирование»	7	2				
Тема 16	Практическое занятие №12 «Оценка эффективности рекламной кампании»	7	2				
<b>ВСЕГО:</b>			<b>24</b>				

### 3.3. Лабораторные занятия (не предусмотрены)

## 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ (Не предусмотрено)

## 5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера тем, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
Тема 4-5	Проверочная работа	7	1				
Тема 8	Проверочная работа	7	1				
Тема 9	Тестирование	7	1				
Тема 1-13	Тестирование	7	1				
Тема 14-16	Проверочная работа	7	1				
Темы 4-16	Проверка домашних заданий	7	3				

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	7	12				
Подготовка к практическим занятиям	7	10				
Выполнение домашних заданий	7	16				
Консультации	7	8				
Подготовка к контрольной работе	7	4				
<b>ВСЕГО:</b>		<b>50</b>				

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<b>Лекции, комбинированные уроки:</b> обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями и примерами на основе реальных ситуаций, контролируют уровень освоения нового	Метод проектов, групповая и индивидуальная формы работы, игровой метод, презентация домашнего	10		

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
материала за счет текущего контроля	задания, опрос			
<b>Практические занятия:</b> обеспечивают формирование навыков анализа отдельных конкретных ситуаций маркетинговой деятельности предприятия	Учебная проблема, презентация домашнего задания	24		
<b>Лабораторные занятия:</b> Не предусмотрены				
<b>ВСЕГО:</b>		34		

## 7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

### Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: Посещение лекций и практических занятий, своевременная сдача отчетов по практическим работам, прохождение текущего контроля	40	<ul style="list-style-type: none"> <li>Посещение занятий, 0.5 балла за каждое занятие (всего 50 занятий), максимум <b>25</b> баллов</li> <li>Выполнение всех работ текущего контроля (всего 5 работ по 10 баллов за каждую)- максимум <b>50</b> баллов</li> <li>Выполнение всех практических работ (всего 12 работ по 2 балла за каждый своевременно сданный отчет ) максимум <b>24</b> балла</li> <li>Ведение конспекта – <b>1</b> балл</li> </ul>
2	Подготовка и предоставление докладов	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>50 баллов за доклад</li> <li>50 баллов за презентацию</li> </ul>
4	Прохождение промежуточного контроля	40	4 вопроса по 25 баллов за каждый - максимум 100 баллов
<b>ИТОГО (%):</b>		100	

### Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60	3 (удовлетворительно)	
40 – 50		
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено
1 – 16		
0		

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Хвостовицкая Т.Т. Менеджмент в рекламе — 3-е изд., стер. / Т.Т. Хвостовицкая. - Москва : Флинта, 2020. - 357 с. - ISBN 978-5-9765-2183-4. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/352093/reading> - Текст: электронный.
2. Виханский О. С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - Москва : Магистр, 2019. - 288 с. - ISBN 978-5-9776-0085-9. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/360676/reading> - Текст: электронный.

б) дополнительная учебная литература

1. Райченко А.В. Менеджмент / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. - Москва : Инфра-М, 2018. - 342 с. - ISBN 978-5-16-012233-5. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/360811/reading> - Текст: электронный.
2. Акопов Г. Коммуникационный менеджмент / Г. Акопов. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 304 с. - ISBN 978-5-4461-1541-9. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/365322/reading> - Текст: электронный.

### 8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- 1 Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. - Санкт-Петербург : Питер, 2018. - 848 с. - ISBN 978-5-4461-0422-2. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/340124/reading> - Текст: электронный.

### 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>
2. Межведомственный аналитический центр <http://www.iacenter.ru>
3. Справочная правовая система «Консультант Плюс» [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
4. Справочная правовая система «Гарант» [www.garant.ru](http://www.garant.ru).
5. Федеральная налоговая служба [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru)
6. РБК <http://www.rbc.ru/>

### 8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).

Программное обеспечение:

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Office Standart 2016

### 8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Кабинет экономики и менеджмента
2. Проектор
3. Ноутбук

### 8.6. Иные сведения и (или) материалы

Не предусмотрены

## 9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

#### 9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
ОК 1	Определяет сущность и социальную значимость профессии, излагает основные профессиональные задачи	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
ОК 2	Формулирует принципы организации собственной деятельности, оценивает их эффективность и качество	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 3	Ориентируется в различных интерпретациях управленческой деятельности предприятия, сводит их в единый комплекс функционирования на рынке	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 4	Анализирует инструменты менеджмента и применяет их в изменившихся условиях внутренней и внешней среды	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 5	Применяет информационные ресурсы различных баз данных	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 6	Организует организационную структуру на предприятии и определяет место и задачи каждого члена коллектива	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 7	Использует теорию лидерских черт	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 8	Эффективно использует аспекты самоменеджмента в профессиональной деятельности	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 9	Предоставляет отчеты согласно требованиям нормативных документов, стандартов	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 10	Использует информацию из различных источников, эффективно использует теории мотивации и лидерства	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ОК 11	Понимает особенности рынка рекламной продукции	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ПК 4.1	Организует собственную работу по планированию изготовления рекламного продукта	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ПК 4.2	Рассчитывает рекламный бюджет	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)
ПК 4.3	Составляет и анализирует документацию	Контрольная работа	Перечень вопросов по темам дисциплины (15 вопросов)

### 9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Письменная работа
86 - 100	5 (отлично)	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
75 – 85	4 (хорошо)	Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
61 – 74		Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы.

		<b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
40 – 50		Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
1 – 16		Содержание работы полностью не соответствует заданию. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
0		Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>

## 9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

### 9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

№ п/п	Формулировка вопросов
1.	Процесс управления. Цикл менеджмента. Миссия организации
2.	Планирование как функция менеджмента
3.	Организация как функция менеджмента
4.	Координация деятельности в организации
5.	Система методов управления
6.	Контроль и регулирование
7.	Мотивация в системе менеджмента
8.	Управленческие решения
9.	Конфликты в коллективе
10.	Эффективность деятельности рабочей группы
11.	Корпоративная культура организации
12.	Разработка рекламного бюджета
13.	Документы, содержащиеся в рекламном плане
14.	Экономическая эффективность рекламы
15.	Расчет бюджета размещения рекламы

## 9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

### 9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

### 9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная

### 9.3.3. Особенности проведения (экзамена, зачета или курсовой работы)

Промежуточный контроль проводится в форме письменной контрольной работы, которая выполняется аудиторно в течение 2 академических часов. Обучающимся предоставляются бланки заданий.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

<b>ПМ.04</b> <i>(Индекс модуля)</i>	<b>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b> <i>(Наименование модуля)</i>
--	--

### 1. Составляющие профессионального модуля

Индексы	Наименования дисциплин, междисциплинарных курсов, практик	Объем (часы)
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	150
УП.04.01	Изготовление рекламного продукта	144
<b>Общая трудоемкость профессионального модуля</b>		<b>294</b>

### 2. Цель профессионального модуля

Формирование компетенций в области применения в профессиональной деятельности методов, средств и приемов изготовления рекламной продукции а также форм управления делового и управленческого общения, контроля и оценки эффективности рекламных кампаний, медиапланирования.

### 3. Задачи профессионального модуля

- Разработать изготовление различных видов рекламной продукции;
- Раскрыть ключевые аспекты менеджмента: понятие, концепции, процесс управления, функции, стили управления.
- Раскрыть способы контроля и оценки эффективности рекламной кампании.
- Рассмотреть сущность медиапланирования.

### 4. Фонд оценочных средств профессионального модуля предварительно одобрен работодателем

*(Полное наименование предприятия / организации, дата экспертизы)*