

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

«28» _____ 06 _____ 2022 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) | Максимальная учебная нагрузка | 150 | | |
| | Обязательные учебные занятия | 100 | | |
| | Лекции, уроки | 76 | | |
| | Практические занятия, семинары | 24 | | |
| | Лабораторные занятия | | | |
| | Курсовой проект (работа) | | | |
| Самостоятельная работа (в т.ч. консультации) | 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 № 22-02/1/3, 21-02/1/3, 20-02/1/3, 19-02/1/3

Составитель(и): Преподаватель высшей категории Трофимова Л.В.

(должность, Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой комиссии СД 05: Трофимова Л.В.

(Ф.И.О. председателя, подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Корабельникова М.А.

(Ф.И.О. директора, подпись)

Методический отдел: Ястребова С. А.

(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

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: **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:
- 1) Планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).
 - 2) Контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).
 - 3) Взаимодействия с субъектами рекламной деятельности (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).
 - 4) Подготовки документации для регистрации авторских прав (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).
- Уметь:
- 1) Составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).
 - 2) Работать с рекламой в средствах массовой информации (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).
 - 3) Проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).
 - 4) Проводить презентацию рекламного продукта (ОК1-12, ПК 4.1-4.3).
 - 5) Подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).
- Знать:
- 1) Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации (ОК1-12, ПК 4.1-4.3).
 - 2) Основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).
 - 3) Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).
 - 4) Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации (ОК1-11, ПК 4.1-4.3).
 - 5) Аспекты планирования рекламы (ОК1-10, ПК 4.1-4.3)
 - 6) Этапы принятия и реализации управленческих решений (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).
 - 7) Классификацию целей менеджмента (ОК1-10, ПК 4.1-4.3).

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 |
| Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента 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 | | |
| Тема 2 . Целенаправленность управления Миссия и цели организации. Свойства и виды целей. Содержание и значение метода управления по целям. | 4 | | |
| Тема 3. Планирование как функция менеджмента Значение и принципы планирования. Перспективный подход в управлении. Анализ внешней и внутренней среды организации. Общая стратегия развития организации. | 10 | | |
| Тема 4. Организация как функция менеджмента Разделение деятельности в организации. Виды организационных структур управления. | 12 | | |

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

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 | | | | |
| 1-16 контрольная работа | 7 | 2 | | | | |
| ВСЕГО: | | 76 | | | | |

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 «Анализ конфликтов» | 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) |
| 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 | | | | |
| ВСЕГО: | | | 24 | | | | |

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 | | | | |
| ВСЕГО: | | 50 | | | | |

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 |
| Лекции, комбинированные уроки: обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями и примерами на основе реальных ситуаций, контролируют уровень освоения нового материала за счет текущего контроля | Метод проектов, групповая и индивидуальная формы работы, игровой метод, презентация домашнего задания, опрос | 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 |
| Практические занятия: обеспечивают формирование навыков анализа отдельных конкретных ситуаций маркетинговой деятельности предприятия | Учебная проблема, презентация домашнего задания | 24 | | |
| Лабораторные занятия: Не предусмотрены | | | | |
| ВСЕГО: | | 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"> Посещение занятий, 0.5 балла за каждое занятие (всего 50 занятий), максимум 25 баллов Выполнение всех работ текущего контроля (всего 5 работ по 10 баллов за каждую)- максимум 50 баллов Выполнение всех практических работ (всего 12 работ по 2 балла за каждый своевременно сданный отчет) максимум 24 балла Ведение конспекта – 1 балл |
| 2 | Подготовка и предоставление докладов | 20 | <ul style="list-style-type: none"> 50 баллов за доклад 50 баллов за презентацию |
| 4 | Прохождение промежуточного контроля | 40 | 4 вопроса по 25 баллов за каждый - максимум 100 баллов |
| ИТОГО (%): | | 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) |
| 1 – 16 | | |
| 0 | Не зачтено | |

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 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности. Практические работы [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Трофимова Л.В. — СПб.: СПбГУПТД, 2018.— 26 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201880, по паролю.

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
4. Справочная правовая система «Гарант» www.garant.ru.
5. Федеральная налоговая служба 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. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 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. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 61 – 74 | | Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |

| | | |
|---------|----------------------------|---|
| 51 - 60 | 3 (удовлетворительно) | Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 40 – 50 | | Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 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. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 1 – 16 | | Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 0 | | Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |

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 28.06.2022г., протокол № 12)

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

| | |
|--|--|
| ПМ.04 <i>(Индекс модуля)</i> | Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта <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 |
| Общая трудоемкость профессионального модуля | | 294 |

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)