

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ»
(ГАОУ ДПО МЦРПО)

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАОУ ДПО МЦРПО

_____ И.С. Тихомирова

«__» _____ 2024 г.

*Основная программа профессионального обучения
по должности служащего*

«Агент рекламный»

в рамках проекта «Профессиональное обучение без границ»

Код должности служащего 20032

Наименование должности служащего: Агент рекламный

Разряд: не присваивается

Срок обучения: 72

Форма обучения: очная

Москва, 2024

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

основной программы профессионального обучения по должности служащего
“Агент рекламный”
в рамках проекта «Профессиональное обучение без границ»

СОГЛАСОВАНО

РОО "Союз дизайнеров Москвы "
название предприятия

Президент Союза дизайнеров Москвы
должность представителя предприятия

подпись //

Чечеткин Андрей Александрович
ФИО

« ____ » _____ 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

название предприятия

должность представителя предприятия

подпись // _____
ФИО

« ____ » _____ 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

название предприятия

должность представителя предприятия

подпись // _____
ФИО

« ____ » _____ 2024 г.

Оглавление

1. Пояснительная записка	4
2. Результаты освоения Программы	6
3. Учебный план	8
4. Календарный учебный график	9
5. Учебная программа	10
6. Формы аттестации и контрольно-оценочные средства	13
7. Требования к условиям реализации Программы	13
7.1 Материально-техническое обеспечение реализации Программы	13
7.2 Кадровое обеспечение реализации Программы	13
8. Список рекомендованной литературы	13

1. Пояснительная записка

Основная программа профессионального обучения по должности служащего **Агент рекламный** (далее – Программа) разработана с целью представления и продвижения товаров, услуг, коммерческих идей.

Нормативно-правовые основания разработки Программы.

Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Постановление Правительства Российской Федерации от 22.11.2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов».

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 14.07.2023 г. № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение».

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 26.08.2020 г. № 438 «Об утверждении порядка организации образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения».

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12.04.2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов».

«Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 N 37) (ред. от 27.03.2018), раздел I «Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях», параграф 3 Должности служащих.

Категория обучающихся.

Учащиеся в возрасте до 18 лет, не имеющие основного общего образования, при условии обучения на момент завершения освоения Программы в 9 классе в государственных образовательных организациях города Москвы, реализующих образовательные программы основного и среднего общего образования.

Режим занятий.

Продолжительность одного учебного занятия по Программе составляет 45 минут (1 академический час), организационный перерыв между учебными занятиями – не менее 10 минут. Занятия по Программе завершаются не позднее 20.00.

Термины, определения и используемые сокращения.

ОППО – основная профессиональная программа обучения;

ОП – общепрофессиональный цикл;

ПЦ – профессиональный цикл;

УП – учебная практика;

ПП – производственная практика;

КЭ – квалификационный экзамен;
ПК - профессиональная компетенция.

2. Результаты освоения Программы

Вид деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов	Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов	Проводить сегментацию рынка товаров и услуг; определять целевую аудиторию, выбрать одну или несколько групп потенциальных покупателей	Уметь осуществлять классификацию/сегментацию и поиск заказчиков	Знать виды рекламной деятельности Знать виды рекламных средств и средств распространения рекламы
	Ведение переговоров с заказчиками на основе нормативно-правовой базы	Использовать нормативные документы для организации работы по оформлению заказа	Уметь организовывать работу по получению и оформлению заказа Уметь презентовать готовый рекламный продукт заказчику	Знать требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом Знать основные элементы презентации творческой идеи
	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	Определять характер и объем работ, которые необходимо выполнить при оформлении заказа. Составлять бриф по запросу заказчика	Уметь создавать творческий бриф	Знать структуру творческого брифа
Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет	Оформление договорной и финансовой документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	Оформлять договора и соглашения	Уметь создавать и оформлять документы в текстовых редакторах	Знать правила оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком

	Использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы	Работать с электронной почтой и облачными хранилищами	Уметь осуществлять коммуникацию с использованием возможностей сети Интернет Уметь сохранять и размещать презентации в Интернет	Знать правила публикации в сети Интернет
	Использование компьютерных технологий для обработки текстовой информации	Разрабатывать рекламные тексты с учетом различных видов рекламы	Уметь составлять текстовую рекламу Уметь создавать презентации, используя приложение PowerPoint	Знать инструмент представления рекламных продуктов PowerPoint
	Владение простыми приемами создания и обработки изображений	Создавать и анимировать рисованные объекты в программе PowerPoint	Уметь исполнять статические и динамические графические изображения элементов рекламного обращения Уметь создавать анимированные рисованные объекты и видео вставки	Знать инструмент представления рекламных продуктов PowerPoint

3. Учебный план

Индекс	Наименование дисциплин, модулей, разделов и видов учебной деятельности	Виды учебной нагрузки в часах			Форма аттестации
		Всего	Теоретические занятия	Практические занятия	
ОП.	Общепрофессиональный цикл	3	3		
Модуль 1.	Основы профессионального самоопределения	2	2		Зачет
Модуль 2.	Основы безопасного поведения в сети Интернет	1	1		Зачет
ПЦ.	Профессиональный цикл	33	10	23	
Модуль 3.	Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов	12	4	8	Дифференцированный зачет
Модуль 4.	Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет	21	6	15	Дифференцированный зачет
УП.	Учебная практика	27		27	Дифференцированный зачет
ПП.	Производственная практика	6		6	Дифференцированный зачет
ИА.	Итоговая аттестация	3		3	Квалификационный экзамен
	Итого	72	13	59	

4. Календарный учебный график

Наименование дисциплин, модулей, видов учебной деятельности	Учебные недели и нагрузка в часах											
	05-09.11	11-16.11	18-23.11	25-30.11	02-07.12	09-14.12	16-21.12	20-25.01	27.01-01.02	03.02-08.02	10.02-15.02	17-22.02
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Модуль 1. Основы профессионального самоопределения	2											
Модуль 2. Основы безопасного поведения в сети Интернет	1											
Модуль 3. Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов	3	6	3									
Модуль 4. Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет			3	6	6	6						
УП. Учебная практика							6	6	6	6	3	
ПП. Производственная практика											3	3
Итоговая аттестация												3
Всего	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3

5. Учебная программа

Наименование дисциплин, модулей, разделов и тем	Кол-во часов	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах)
ОП. Общепрофессиональный цикл	3	Содержание учебного материала
Модуль 1. Основы профессионального самоопределения	2	Рекламные агентства и отделы рекламы. Структура рекламного агентства и отделов рекламы. Профессии в рекламе. Знания, умения, обязанности и виды работ, которые выполняет Агент рекламный.
Модуль 2. Основы безопасного поведения в сети Интернет	1	Правила безопасного поведения в интернете. Защита личной информации, использование надежных паролей. Скрытые опасности интернета. Проверка достоверности информация на сайтах по определенным критериям.
ПЦ. Профессиональный цикл		
Модуль 3. Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов	12	Содержание учебного материала
Тема 3.1 Рекламная деятельность по поиску и привлечению клиентов	2	Виды рекламной деятельности. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы. Классификация и сегментирование рынка. Поиск заказчиков. Основные понятия: целевая аудитория, конкурс, договор, бриф, листовка, баннер. Распределение работы среди отделов рекламного агентства.
Практическая работа 1. Сегментация рынка, на основе заданных критериев	2	Сегментация рынка товаров и услуг. Определение целевой аудитории. Определение групп потенциальных покупателей. Решение простейших задач.
Тема 3.2 Коммуникация с заказчиком. Основные виды документов в период подготовки и проведения рекламной кампании	2	Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Комплекс нормативных документов, регулирующих рекламную деятельность. Общие требования ФЗ «О рекламе». Формирование основных элементов творческой идеи. Договор на предоставление рекламных услуг. Правила составления брифа.
Практическая работа 2. Сравнительный анализ рекламных материалов, в соответствии с нормативно-правовым законодательством	1	Сравнительный анализ рекламных листовок, с учетом нормативно- правовой базы и реализации творческой идеи. Сравнительный анализ баннеров, с учетом нормативно- правовой базы и реализации творческой идеи.

Практическая работа 3. Оформлении заказа, определение характера и объема работ, при составлении коммерческого предложения	3	Составление коммерческого предложения. Составление договора, с учетом применения правовых знаний. Составление письменного отчета о встрече с клиентом.
Практическая работа 4. Составлять бриф по запросу заказчика	2	Составление брифа по образцу. Составление брифа с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации.
Модуль 4. Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет	21	Содержание учебного материала
Тема 4.1 Обработка текстовой информации. Основы рекламных коммуникационных технологий	3	Ввод текстовой информации. Форматирование документа. Обработка текстовой документации. Основные работы текстового редактора. Стилиевые настройки. Коммуникационные технологии в работе рекламного агента. Передача информации. Каналы связи. Подготовка рекламных материалов для передачи. Электронная почта. Отправка сообщений. Сервисные службы Интернет и их возможности. Использование различных сервисных служб Интернета в деятельности рекламного агента.
Практическая работа 5. Оформление договорной и финансовой документации в текстовом редакторе	2	Создание документов на основе шаблонов. Использование шрифтов. Оформление документов, содержащих графические элементы. Составление договора и финансовой документации с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации.
Практическая работа 6. Создание рекламы для рассылки по электронной почте	1	Регистрация аккаунта в почтовых сервисах. Составление писем. Прикрепление документов. Отправка писем. Создание рекламы для рассылки по электронной почте.
Практическая работа 7. Создание Yandex форм для составления брифа. Работа в облачных хранилищах	1	Организация работы в сети Интернет. Размещение файлов в облачном хранилище. Организация совместного доступа. Организация совместного редактирования. Работа с сервисами Yandex формами.
Тема 4.2 Электронные презентации. Простые приёмы создания и обработки изображений в презентации	3	Современные способы организации презентации в PR деятельности. Пакет презентационной графики. Автоматический показ слайдов. Представление презентации. Создание рисованных объектов в программе PowerPoint. Редактирование рисованных объектов в программе PowerPoint. Анимирование рисованных объектов в программе PowerPoint.

Практическая работа 8. Создание презентации на основе шаблона	6	Особенности работы с текстовым блоком на слайде. Настройка шрифта, абзаца. Выравнивание элементов. Компонировка. Принцип близости. Текстовые эффекты. Призыв к действию. Продающий слайд. Активность. Контактная информация.
Практическая работа 9. Создание, редактирование и анимирование рисованных объектов в программе PowerPoint.	3	Отрисовка, изменение цвета, изменение формы, наложение фильтров, использование элементов анимации, применение в презентации. Настройка резкости. Настройка прозрачности.
Практическая работа 10. Создание инфографики в презентации	2	Элементы инфографики. Создание простейших элементов инфографики. Анимация инфографики.
УП. Учебная практика	27	Создание комплексных проектов по рекламе: Планирование и организация рекламной кампании Определение цели Определение целевой аудитории Планирование бюджета рекламной кампании Представление презентации под условия заказчика.
ПП. Производственная практика	6	Ознакомление со структурой и основным технологическим оборудованием предприятия - организация и проведение обучающих мероприятий на базе социального партнера - реализация проектов / выполнение практического задания на базе социального партнера: - создание комплексных проектов по рекламе под условия заказчика.
Итоговая аттестация	3	Квалификационный экзамен
ВСЕГО	72	

6. Формы аттестации и контрольно-оценочные средства

Формы и процедуры текущего контроля освоения Программы определяются в соответствии с разработанным программно-методическим обеспечением. Текущий контроль может осуществляться в форме контрольных работ, тестовых заданий, фронтального опроса во время практических занятий и др.

Промежуточная аттестация, проводится в формах, определенных учебным планом, и в порядке, установленном образовательной организацией.

Профессиональное обучение завершается **итоговой аттестацией в форме квалификационного экзамена** (Приложение 2 к Программе). Квалификационный экзамен включает в себя практическую квалификационную работу и проверку теоретических знаний в пределах квалификационных требований, указанных в «Квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и других служащих» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 N 37) (ред. от 27.03.2018), раздел I «Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях», параграф 3 Должности служащих.

Задания к квалификационному экзамену должны включать в себя практическую направленность, быть четко сформулированы.

7. Требования к условиям реализации Программы

7.1 Материально-техническое обеспечение реализации Программы

Реализация Программы предполагает наличия кабинета/лаборатории/мастерской, оснащенной необходимым оборудованием, инструментами и расходными материалами в соответствии с инфраструктурным листом (Приложение 1 к Программе).

7.2 Кадровое обеспечение реализации Программы

Реализация Программы обеспечивается педагогическими работниками образовательных организаций в соответствии с законодательством Российской Федерацией, на условиях, определенных образовательной организацией.

К проведению квалификационного экзамена привлекаются представители работодателей и их объединений.

8. Список рекомендованной литературы

I. Основная литература:

Печатные ресурсы:

1. Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие. – 2-е изд., доп. – М.: КНОРУС, 2021. – 400 с.
2. Мазилкина Е.И. Основы рекламы: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2020. – 288 с.
3. Мокшанцев Р.И., Психология рекламы. – М.: ИНФРА-М, 2019.
4. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. - М., Евразийский регион, 2019. – Ч.1-2.
5. Полукаров В.Л., Головлева Е.Л., Добренькова Е. В., Ефимова Е.М. Рекламная коммуникация: Учебное пособие. – М.: Международный университет бизнеса и управления: Изд-во «Палеонтип»: ИТК «Дашков и Ко», 2021.

Электронные ресурсы:

1. Рыжиков, С. Н., Основы рекламной деятельности + Приложение: учебник / С. Н. Рыжиков, Ю. М. Демидова. — Москва: КноРус, 2024. — 321 с. — ISBN 978-5-406-11899 — URL: <https://book.ru/book/950521> (дата обращения: 28.03.2024). — Текст: электронный.
2. Синяева, И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования/ И.М.Синяева, О.Н.Жильцова, Д.А.Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938> (дата обращения: 28.03.2024).

II. Дополнительная литература:

Печатные ресурсы:

1. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год.
2. Хуссейн, И.Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для среднего профессионального образования/ И.Д.Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 68с.

Электронные ресурсы:

III. Справочные издания и нормативно-правовые акты:

Электронные ресурсы:

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (действующая редакция, 2019) - Доступ: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5896