

Санкт-Петербургское государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Колледж автоматизации производственных процессов
и прикладных информационных систем»

Рассмотрена и принята
на заседании Педагогического совета
Протокол №12 от 15.06.2023 г.

УТВЕРЖДЕНА

Приказом директора
СПб ГБПОУ «Колледж
автоматизации производства»
от 10.07.2023 г. № 479

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 «УПРАВЛЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ»

Для специальности

42.02.02 «Издательское дело»

Квалификация специалиста базовой подготовки	специалист издательского дела
Форма обучения	очная
Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	основное общее образование
Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки	2 года 10 месяцев
Год начала подготовки	2022

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.02 «Издательское дело». (утв. приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 511)

Организация-разработчик: Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем»

Программу составили *Павлючок М.А.*, преподаватель Санкт-Петербургского государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем»

Программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии, протокол № 8 от 11.05.2023.

Заведующий отделом
содержания образовательных программ

А.Ф.Жмайло

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 «Управление и организация деятельности производственного подразделения»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.02 «Издательское дело» (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Управление и организация деятельности производственного подразделения и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1. Планировать работу производственного подразделения.

ПК 3.2. Рассчитывать основные технико-экономические показатели редакционно-издательского процесса.

ПК 3.3. Выбирать оптимальный вариант технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции.

ПК 3.4. Оформлять издательские договоры.

ПК 3.5. Проводить рекламные мероприятия по продвижению издательской продукции.

ПК 3.6. Принимать участие в разработке бизнес-плана издательского проекта.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- планирования работы производственного подразделения;
- расчета основных показателей редакционно-издательского процесса;
- выбора оптимального варианта технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции;
- оформления издательских договоров; проведения рекламных кампаний;
- разработки бизнес-плана издательского проекта;

уметь:

- разрабатывать структуру управления конкретным подразделением;
- рассчитывать основные технико-экономические показатели работы издательства;
- разрабатывать варианты оформления и изготовления различных видов издательской продукции;
- работать с авторами и заказчиками, составлять и заключать авторский договор и договор на изготовление издательской продукции;
- организовывать рекламную кампанию и оценивать ее эффективность;
- составлять основные разделы бизнес-плана;
- *принимать управленческие решения;*
- *выбирать и осуществлять мероприятия по продвижению на рынок издательской продукции, определять эффективность маркетинговых усилий;*
- *формировать ассортиментную политику издательства;*
- *принимать маркетинговые решения;*
- *осуществлять процесс позиционирования продукции издательства*

знать:

- функции управления; сущность структуры управления;
- виды контроля; особенности тактического и стратегического планирования;
- основные показатели работы издательства и методику их расчета;
- показатели и методику сравнения различных вариантов изготовления издательской продукции;
- правила составления издательских договоров, типовые разделы договоров;

- этапы рекламной кампании;
- цели, задачи, функции рекламы;
- виды продвижения; структуру бизнес-плана;
- требования к разработке бизнес-плана; характеристики основных разделов бизнес-плана;
- *методы стимулирования сбыта издательской продукции;*
- *стратегии, методы ценообразования;*
- *элементы брендинга*

1.3. Планируемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – **537** часов, в том числе:

- ✓ максимальной учебной нагрузки обучающегося – **465** часов, включая:
- ✓ обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **310** часов;
- ✓ самостоятельной работы обучающегося – **155** часов;
- ✓ производственной практики – **72** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Управление и организация деятельности производственного подразделения, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Планировать работу производственного подразделения.
ПК 3.2	Рассчитывать основные технико-экономические показатели редакционно-издательского процесса
ПК 3.3	Выбирать оптимальный вариант технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции
ПК 3.4	Оформлять издательские договоры.
ПК 3.5	Проводить рекламные мероприятия по продвижению издательской продукции
ПК 3.6	Принимать участие в разработке бизнес-плана издательского проекта
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 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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03«Управление и организация деятельности производственного подразделения»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Общий объем нагруз- ки, акад. Час	В форме практи- ческой подго- товки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов), акад. час					Практика, час.	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа		учебная	произ- вод- ствен- ная
				Всего	в том числе		всего	в том числе курсо- вая ра- бота		
лабора- торные и прак- тиче- ские за- нятия	курсо- вая ра- бота, проект									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПКЗ.1 - 3.6 ОК 1-9	Раздел 1. Экономика, организация и управление издательской деятель- ностью	246	132	164	84		82			
ПКЗ.1 - 3.6 ОК 1-9	Раздел 2. Издательский маркетинг	219	126	146	94		73			
ПП.03	Производственная практика	72	72							72
	Всего:	465	330	310	178		155			

3.2. ПМ.03«Управление и организация деятельности производственного подразделения»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов всего	В т.ч. практических занятий	В т.ч. в форме практической подготовки	Уровень освоения
1	2	3	4	5	6
МДК 03.01 Менеджмент производственного подразделения		326	194	272	
Раздел 1. Экономика, организация и управление издательской деятельностью		164	84	132	
Тема 1.1. Издательская деятельность как отрасль производства.	Содержание учебного материала	4	2	4	
	1 Современное состояние и перспективы развития издательской деятельности в России. Общая характеристика современной издательской системы, ее черты	2		2	2
	Практическое занятие 1: Анализ структуры издательского рынка: соотношение разных видов литературы в деятельности крупных российских издательств	2	2	2	2
Тема 1.2 Нормативно-правовая база издательской деятельности.	Содержание учебного материала	6	2	4	
	1 Закон РФ "О средствах массовой информации" (СМИ). Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»	2			1
	2 Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 09.03.2021) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Федеральный закон "Об обязательном экземпляре документов" от 29.12.1994 N 77-ФЗ (последняя редакция)	2		2	1
	Практическое занятие 2: Поиск нарушений в документах путем анализа системы нормативно-правовых актов, регламентирующих издательскую деятельность.	2	2	2	2
Тема 1.3. Ор-	Содержание учебного материала	30	14	20	

ганизация из- дательской деятельности	1	Организация как основной субъект предпринимательской деятельности. Виды предпринимательской деятельности в России. Юридическое лицо: понятие, признаки, классификация.	2			1
	2	Классификация организаций по организационно-правовым формам. Особенности отдельных ОПФ. Специфика организаций, осуществляющих издательскую деятельность	2		2	2
	Практическое занятие 3: Выбор организационно-правовой формы издательства.		2	2	2	2
	3	Сущность организации производства. Производственный и технологический процессы производства. Стадии и этапы редакционно-издательского процесса.	2			1
	Практическое занятие 4: Разработка технологической схемы издательского процесса.		2	2	2	2
	4	Функции и методы управления издательством. Цикл управления издательством	2			1
	5	Процесс принятия решений. Факторы, влияющие на принятие решений. SWOT-анализ.	2		2	2
	Практическое занятие 5: Принятие управленческого решения с помощью методики SWOT-анализа		2	2	2	2
	Практическое занятие 6: Принятие управленческого решения с помощью метода экспертной оценки		2	2	2	2
	Практическое занятие 7: Принятие управленческого решения с использованием средневзвешенных величин		2	2	2	2
	6	Организационная структура издательства в зависимости от типа издательства: универсального или специализированного.	2		2	2
	7	Персонал издательства: основные специалисты издательства, обслуживающие службы: характеристика, классификация. Аутсорсинг в издательской деятельности.	2			1
	Практическое занятие 8: Разработка организационной структуры издательства.		2	2	2	2
	Практическое занятие 9: Распределение функций отделов и обязанностей сотрудников.		2	2	2	2

	8	Контроль как функция управления в издательстве: понятие, виды, характеристика видов контроля	2			2
Тема 1.4. Экономические основы издательской деятельности	Содержание учебного материала		22	14	20	
	Имущество издательства и его источники. Основные фонды (средства) и нематериальные активы издательства: понятие, состав.		2			2
	Виды оценки основных средств. Структура основных средств, показатели динамики и эффективности.		2		2	2
	Износ. Амортизация. Способы начисления амортизации		2		2	2
	Практическое занятие 10: Анализ наличия, движения и состояния основных средств.		2	2	2	2
	Практическое занятие 11: Расчет и анализ показателей эффективности использования основных средств.		2	2	2	2
	Практическое занятие 12: Расчет амортизации основных фондов и нематериальных активов		2	2	2	2
	Оборотные средства издательства: понятие, состав и структура. Кругооборот оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств		2		2	2
	Практическое занятие 13: Расчет и анализ показателей эффективности использования оборотных средств предприятия		2	2	2	2
	Практическое занятие 14: Деловая игра: «Организация деятельности издательства» (1 этап – разработка проекта)		2	2	2	2
	Практическое занятие 15: Деловая игра: «Организация деятельности издательства» (2 этап – презентация проектов)		2	2	2	2
Практическое занятие 16: Деловая игра: «Организация деятельности издательства» (3 этап – оценка проектов и рекомендации подгруппам)		2	2	2	2	
Тема 1.5. Планирование деятельности издательства	Содержание учебного материала		30	14	24	
	1.	Сущность, задачи, принципы и основные этапы планирования.	2			1
	2.	Методы и системы планирования. Виды планов: стратегические, тактические, оперативные. Планирование текущей, финансовой, инвестиционной деятельности издательства	2			1

	3.	Бизнес-план: структура, требования к разработке бизнес-плана. Характеристики основных разделов бизнес-плана	2		2	2
	4.	Количественные (абсолютные) единицы измерения издательской продукции.	2		2	2
	5.	Количественные (средние) единицы измерения издательской продукции.	2		2	2
	Практическое занятие 17: Анализ выпуска издательской продукции (анализ количественных показателей выпуска издательской продукции)		2	2	2	2
	Практическое занятие 18: Анализ выпуска издательской продукции (анализ средних показателей выпуска издательской продукции)		2	2	2	2
	6.	Оперативное планирование в издательстве: понятие, основные методы, виды планов	2		2	2
	7.	Тематическое планирование в издательстве: перспективный план редакционно-подготовительных работ, годовой тематический, аннотированный тематический, выпуска и сдачи продукции.	2			1
	8.	План по труду. Производственное планирование.	2		2	2
	Практическое занятие 19: Расчет показателей плана по труду (анализ состава и структуры работников издательства)		2	2	2	2
	Практическое занятие 20: Расчет показателей плана по труду (анализ производительности и оплаты труда работников издательства)		2	2	2	2
	Практическое занятие 21: Анализ выполнения тематического плана выпуска издательской продукции		2	2	2	2
	Практическое занятие 22: Разработка тематического плана издательства		2	2	2	2
	Практическое занятие 23: Создание производственного плана издательства		2	2	2	2
Тема 1.6 Издательская себестоимость и прибыль	Содержание учебного материала		54	30	50	
	1.	Выручка и прибыль: понятие и виды.	2		2	2
	2.	Рентабельность. Виды рентабельности и значение для предприятия.	2		2	2
	3.	Понятие и виды затрат: постоянные и переменные, прямые и косвенные.	2		2	2
	4.	Себестоимость. Понятие и виды себестоимости. Значение для издательства. Со-	2		2	2

	став и структура себестоимости издательской продукции. Факторы, определяющие величину себестоимости издательской продукции				
	Практическое занятие 24: Общая оценка динамики себестоимости издательской продукции (работ, услуг)	2	2	2	2
	Практическое занятие 25: Расчет и анализ расходов на авторский гонорар и гонорар за художественно-графические работы	2	2	2	2
5.	Основные технико-экономические показатели редакционно-издательского процесса.	2		2	2
	Практическое занятие 26: Расчет технико-экономических показателей редакционно-издательского процесса (на основе среднерыночных цен)	2	2	2	2
	Практическое занятие 27: Расчет технико-экономических показателей редакционно-издательского процесса (расчет объема и себестоимости издания)	2	2	2	2
	Практическое занятие 28: Расчет и анализ редакционных и общеиздательских расходов	2	2	2	2
6.	Налоги: понятие, элементы, виды	2		2	2
7.	Специфика налогообложения на производство и продажу издательской продукции (работ, услуг)	2		2	2
	Практическое занятие 29: Расчет налогов, прибыли и рентабельности в издательской деятельности (расчет налогов и прибыли)	2	2	2	2
	Практическое занятие 30: Расчет налогов, прибыли и рентабельности в издательской деятельности (расчет основных показателей рентабельности)	2	2	2	2
8.	Цена: понятие и виды цен. Ценообразование в издательской деятельности: методы расчета цен	2		2	1
9.	Ценовая политика и ценовые стратегии издательства	2			2
	Практическое занятие 31: Расчет издательской отпускной цены будущей книги, представленной в издательство в виде авторского оригинала (расчет розничной цены)	2	2	2	2
	Практическое занятие 32: Расчет издательской отпускной цены будущей книги, представленной в издательство в виде авторского оригинала (расчет средней оптовой цены)	2	2	2	2
10	Безубыточный тираж издания. Понятие точки безубыточности и ее расчет. Маржинальная прибыль	2		2	2
	Практическое занятие 33: Расчет безубыточного тиража издания (расчет маржинального дохода и безубыточного тиража издания)	2	2	2	2

	Практическое занятие 34: Расчет безубыточного тиража издания (расчет себестоимости и минимальной цены реализации)	2	2	2	2
11	Пути повышения прибыли и рентабельности	2		2	2
12	Анализ качества издательской продукции	2			1
	Практическое занятие 35: Выбор оптимального варианта технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции (Продукция №1 в первом варианте исполнения)	2	2	2	2
	Практическое занятие 36: Выбор оптимального варианта технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции (Продукция №1 во втором варианте исполнения)	2	2	2	2
	Практическое занятие 37: Выбор оптимального варианта технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции (Продукция №2 в первом варианте исполнения)	2	2	2	2
	Практическое занятие 38: Выбор оптимального варианта технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции (Продукция №2 во втором варианте исполнения)	2	2	2	2
Тема 1.7. Взаимодействие издательства с автором	Содержание учебного материала	12	6	8	
	1. Гражданский кодекс РФ часть 4	2			1
	2. Виды авторского договора. Передача исключительных и неисключительных прав	2			1
	3. Содержание авторского договора. Заключение договора с авторами, иллюстраторами, фотографами.	2		2	2
	Практическое занятие 39: Оформление договора на создание произведения	2	2	2	2
	Практическое занятие 40: Оформление договора об отчуждении исключительного права	2	2	2	2
	Практическое занятие 41: Оформление договора авторского заказа	2	2	2	2
Тема 1.8. Взаимодействие издательства с типо-	Содержание учебного материала	6	2	2	
	1. Способы взаимодействия издательства и типографии	4			2

графией	Практическое занятие 42: Оформление договора с типографией		2	2	2	2
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела			82			3
Раздел 2. Издательский маркетинг			146	94	126	
Тема 2.1. Позиционирование	Содержание учебного материала		22	18	20	
	1.	Понятие позиционирования. Типы позиционирования. Ошибки позиционирования.	2			1
	2.	Процесс позиционирования (этапы). http://powerbranding.ru/pozicionirovanie/razrabotka-strategii/	2		2	2
	Практическое занятие 1: Описание текущей позиции товара / предприятия.		2	2	2	2
	Практическое занятие 2: Определение ключевых атрибутов товара компании, конкурентов, рынка.		2	2	2	2
	Практическое занятие 3: Нахождение точек дифференциации.		2	2	2	2
	Практическое занятие 4: Построение конкурентной карты (восприятия), оценка вариантов.		2	2	2	2
	Практическое занятие 5: Выбор целевого рынка: сегментирование.		2	2	2	2
	Практическое занятие 6: Описание профилей целевых сегментов. Эмпатия.		2	2	2	2
	Практическое занятие 7: Разработка стратегии позиционирования (точки дифференциации, аргументация, суть).		2	2	2	2
	Практическое занятие 8: Подготовка презентации позиции продукта		2	2	2	2
	Практическое занятие 9: Представление стратегии командами.		2	2	2	2
Тема 2.2. Разработка уникального торгового предложения	Содержание учебного материала		14	8	14	
	1.	Понятие УТП, формулы УТП.	2		2	2
	2.	Понятие оффера, виды оффера. Алгоритм составления оффера, ошибки при составлении оффера.	2		2	2

ния, оффера.	3.	Поиск заказчиков.	2		2	2
	Практическое занятие 10: Разработка уникального торгового предложения.		2	2	2	2
	Практическое занятие 11: Разработка уникального торгового предложения.		2	2	2	2
	Практическое занятие 12: Разработка оффера, поиск заказчиков.		2	2	2	2
	Практическое занятие 13: Представление уникального торгового предложения, оффера.		2	2	2	2
Тема 2.3. Планирование маркетинга	Содержание учебного материала		8	4	6	
	1.	План издательского маркетинга. Маркетинговые прогнозы	2			1
	2.	Бюджет маркетинга. Методы, используемые при формировании бюджета маркетинга.	2		2	2
	Практическое занятие 14: Разработка плана издательского маркетинга		2	2	2	2
	Практическое занятие 15: Разработка плана издательского маркетинга		2	2	2	2
Тема 2.4. Каналы сбыта издательской продукции	Содержание учебного материала		4		2	
	1.	Прямые продажи. Оптовая и розничная торговля. Маркетинг в сети.	2		2	2
	2.	Каналы товародвижения и распределительная цепь. Проблемы товародвижения.	2			1
Тема 2.5. Продвижение товара	Содержание учебного материала		10		8	
	1.	Рынок потребителей книжной продукции. Потенциальная аудитория читателей	2			1
	2.	Элементы комплекса продвижения: PR, стимулирование сбыта, личные продажи, реклама	2		2	2
	3.	Реклама как элемент маркетинга. Виды рекламы.	2		2	2
	4.	Брендинг (бренд, брендинг, ребрендинг, бренд-аудит).	2		2	2

	5.	Создание стратегии продвижения в соответствии с целевым рынком	2		2	2
Тема 2.6. Продвижение в социальных сетях	Содержание учебного материала		26	24	24	
	Практическое занятие 16: Создание критериев для сравнительного анализа конкурентов.		2	2	2	2
	Практическое занятие 17: Выявление страниц/аккаунтов конкурентов, сравнительный анализ страниц/аккаунтов конкурентов, вывод.		2	2	2	2
	Практическое занятие 18: Составление аналитической справки по 5 критериям. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов.		2	2	2	2
	Практическое занятие 19: Определение факторов, влияющих на аудиторию		2	2	2	2
	Практическое занятие 20: Создание концепции продвижения: цели, задачи, характеристика целевой аудитории для таргета.		2	2	2	2
	Практическое занятие 21: Определение социальных сетей для продвижения. Создание страницы/группы в социальной сети.		2	2	2	2
	1.	Контент план: виды, универсальные формулы, сервисы для создания.	2			1
	Практическое занятие 22: Составление контент-плана. Определение типа контента (сторонний, уникальный)		2	2	2	2
	Практическое занятие 23: Наполнение контент-плана.		2	2	2	2
	Практическое занятие 24: Разработка контента		2	2	2	2
	Практическое занятие 25: Разработка контента		2	2	2	2
	Практическое занятие 26: Разработка контента		2	2	2	2
Практическое занятие 27: Представление страницы в социальных сетях.		2	2	2	2	
Тема 2.7. Рекламная кампания	Содержание учебного материала		36	22	30	
	1.	Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)	2			1
	2.	Цели, задачи и функции рекламы.	2			1

	3.	Рекламная кампания: виды, этапы.	2			1
	4.	Ситуационный анализ: виды, объекты. Бриф: виды, способы заполнения.	2		2	2
	5.	Стратегическое планирование: цели, цикл, время, стратегия, бюджет. Цель, как объект стратегического планирования.	2		2	2
	6.	Разработка рекламной кампании. Реализация рекламной кампании.	2		2	2
	7.	Анализ рекламной кампании. Корректировка рекламной кампании.	2		2	2
	Практическое занятие 28: Составление брифа.		2	2	2	2
	Практическое занятие 29: Составление брифа.		2	2	2	2
	Практическое занятие 30: Проведение ситуационного анализа.		2	2	2	2
	Практическое занятие 31: Аналитика конкурентной среды		2	2	2	2
	Практическое занятие 32: Реализация стратегического планирования: определение цели, времени рекламной кампании, рекламной стратегии.		2	2	2	2
	Практическое занятие 33: Определение рекламных каналов		2	2	2	2
	Практическое занятие 34: Разработка медиа-плана		2	2	2	2
	Практическое занятие 35: Разработка графика рекламной кампании		2	2	2	2
	Практическое занятие № 36: Реализация стратегического планирования: определение бюджета рекламной кампании (с учетом ЖЦТ)		2	2	2	2
	Практическое занятие 37: Разработка инсайта, нейма, слогана		2	2	2	2
	Практическое занятие 38: Разработка рекламной кампании.		2	2	2	2
Тема 2.8. Копирайтинг.	Содержание учебного материала		6	4	4	
	1.	Принципы построения рекламного текста. SEO копирайтинг, LSI копирайтинг.	2			1

	Практическое занятие 39: Выявление ключевых слов с помощью интернет-инструментов (Яндекс.Директ, Google AdWords).	2	2	2	2
	Практическое занятие 40: Написание рекламного текста 300 знаков с 2-3 найденных ключевых слов. Тестирование текста на оригинальность. Исправление текста.	2	2	2	2
Тема 2.9. Интернет-рассылки	Содержание учебного материала	6	4	4	
	1. Автоматическая, периодическая, триггерная, служебная рассылка.	2			1
	Практическое занятие 41: Написание текстов для разных видов рассылок. Знакомство с Tilda.	2	2	2	2
	Практическое занятие 42: Создание рассылки (не менее двух видов)	2	2	2	2
Тема 2.10. Лэндинг	Содержание учебного материала	4	4	4	
	Практическое занятие 43: Создание структуры одностраничного сайта.	2	2	2	2
	Практическое занятие 44: Наполнение сайта.	2	2	2	2
Тема 2.11. Презентация проекта	Содержание учебного материала	10	10	10	
	Практическое занятие 45: Освоение презентационного инструментария (Prezi). Подготовка презентации по анализу конкурентов.	2	2	2	2
	Практическое занятие 44: Подготовка презентации проекта рекламной кампании	2	2	2	2
	Практическое занятие 45: Представление концепции продвижения, страницы/группы в социальной сети, контент-плана.	2	2	2	2
	Практическое занятие 46: Презентация проекта	2	2	2	2
	Практическое занятие 47: Презентация проекта	2	2	2	2
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела		73			3
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении модуля: Выполнение заданий на платформе ДО Moodle.		155			3

<p style="text-align: center;">Производственная практика</p> <p style="text-align: center;">Виды работ:</p> <p>Выполнять планирование работы производственного подразделения; Рассчитывать основные показатели редакционно-издательского процесса; Осуществлять выбор оптимального варианта технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции; Оформлять издательские договоры; Разрабатывать рекламные кампании; Разрабатывать отдельные разделы бизнес-плана издательского проекта</p>	72			3
Всего часов	537	178	330	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Программа профессионального модуля реализуется на базе учебного кабинета социально-экономических дисциплин, предусмотренного ФГОС.

Оборудование учебного кабинета: рабочие столы и стулья по количеству обучающихся; комплект учебно-наглядных пособий по профессиональному модулю «Управление и организация деятельности производственного подразделения».

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиа-проектор, экран.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Эриашвили, Н.К. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Учебное пособие. – М.: Юнита-Дана, 2018
2. УМК ПМ.03 «Управление и организация деятельности производственного подразделения», Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем», 2023
3. Дмитриева О.В. Особенности учета и экономического анализа деятельности издательства: учебное пособие / О.В. Дмитриева ; Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. — М. : МГУП имени Ивана Федорова, 2020. — 270 с.
4. Лукин В.Б. Экономика издательского дела : конспект лекций / В.Б. Лукин, Н.А. Панова, Н.С. Зюков ; под общ. ред. В.Б. Лукина ; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2014. — с. : ил
5. Жарков В.М., Кузнецов Б.А., Чистова И. Н. Экономика и организация издательского дела: краткий курс, М., 2018.

Дополнительные источники:

1. Бабосов, Е. Управление персоналом / Е. Бабосов, Э.В. Айнилович, Е. Бабосова. – Минск: ТетраСистем, 2017. – 288 с.
2. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для высших учебных заведений по направлению подготовки «Экономика» / А. М. Гаджинский. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 420 с.
3. Гнутова, А.А. Технология реализации издательской продукции. Контент электронного дистанционного курса в системе дистанционного обучения Moodle; Электрон. текстовые и граф. дан. - Самара, 2018. – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).
4. Дайнеко В. Г. Менеджмент в издательском деле. Учебно-методическое пособие для вузов , 2017
5. Егоршин А.П. Организация труда персонала [Текст]: Учебник, /А.П. Егоршин - М. ИНФРА - М, 2018. - 320 с.

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

Результаты (освоенные профессио- нальные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Планировать работу производственного подразделения.	планирования работы производственного подразделения;	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 3.2. Рассчитывать основные технико-экономические показатели редакционно-издательского процесса.	расчета основных показателей редакционно-издательского процесса;	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 3.3. Выбирать оптимальный вариант технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции.	выбора оптимального варианта технологического процесса изготовления разных видов печатной продукции;	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 3.4. Оформлять издательские договоры.	оформления издательских договоров;	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 3.5. Проводить рекламные мероприятия по продвижению издательской продукции.	проведение рекламных кампаний;	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 3.6. Принимать участие в разработке бизнес-плана издательского проекта.	разработка бизнес-плана издательского проекта	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач; оценка эффективности и качества выполнения поставленных задач.	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях и осознание за него ответственности	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск и использование информации; использование различных источников информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Использование информационно-коммуникационных технологий	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы; ответственность за работу подчиненных	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Организация самостоятельных занятий по повышению личностного и квалификационного уровня	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Анализ инноваций в области технологии продаж и продвижения продукции издательства.	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы