



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:  
ОП.01. РИСУНОК С ОСНОВАМИ ПЕРСПЕКТИВЫ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа дисциплины ОП.01. Рисунок с основами перспективы является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

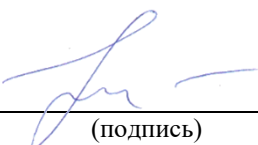
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК. Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



(подпись)

Е.А. Суярова

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>4</b>
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины .....	4
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>7</b>
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	7
2.2. Тематический план дисциплины .....	8
2.3. Содержание дисциплины.....	9
<b>РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>13</b>
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	13
3.2. Информационное обеспечение обучения .....	13
<b>РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>15</b>

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.01 Рисунок с основами перспективы входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
<b>ОК 1</b>	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
<b>ОК 2</b>	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
<b>ОК 3</b>	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
<b>ОК 4</b>	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
<b>ОК 5</b>	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
<b>ОК 6</b>	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия



<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
<b>ОК 7</b>	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
<b>ПК 1.1</b>	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
<b>ПК 1.2</b>	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
<b>ПК 1.3</b>	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
<b>ПК 2.1</b>	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
<b>ПК 2.2</b>	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры				
		1	2	3	4	5
<b>Объем часов по дисциплине</b>	482	134	64	64	126	94
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>						
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	262	52	58	42	68	42
в том числе:						
учебные занятия лекционного типа	-	-	-	-	-	-
лабораторные занятия	-	-	-	-	-	-
практические занятия	262	52	58	42	68	42
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	220	82	6	22	58	52
в том числе:						
самостоятельная работа над проектом	-	-	-	-	-	-
внеаудиторная самостоятельная работа	220	82	6	22	58	52
<b>Промежуточная аттестация в форме</b>		Другие формы контроля (Контрольная работа)	Другие формы контроля (Контрольная работа)	Другие формы контроля (Контрольная работа)	Другие формы контроля (Контрольная работа)	Экзамен

## 2.2. Тематический план дисциплины

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия из них: в форме практической подготовки	Практические занятия из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия из них: в форме практической подготовки			
<i>Семестр 1</i>									
Введение	2	-	2	-	-	2	-	-	-
Раздел 1. Основы перспективы	50	26	24	-	-	24	-	-	-
Раздел 2. Рисунок натюрморта	82	56	26	-	-	26	-	-	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Другие формы контроля (Контрольная работа)</i>								
<i>Семестр 2</i>									
Раздел 3. Рисунок головы человека	64	6	58	-	-	58	-	-	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Другие формы контроля (Контрольная работа)</i>								
<i>Семестр 3</i>									
Раздел 3. Рисунок головы человека	64	22	42	-	-	42	-	-	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Другие формы контроля (Контрольная работа)</i>								
<i>Семестр 4</i>									
Раздел 4. Рисунок фигуры человека	126	58	68	-	-	68	-	-	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Другие формы контроля (Контрольная работа)</i>								
<i>Семестр 5</i>									
Раздел 4. Рисунок фигуры человека	94	52	42	-	-	42	-	-	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Экзамен</b>								
Всего часов	482	220	262	-	-	262	-	-	-

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Коды формируемых компетенций	
<b>Введение</b>	Содержание учебного материала	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1–ПК 1.3	
	Рисунок-основа всех видов изобразительного искусства. Цель и задачи дисциплины, ее связь с другими художественными дисциплинами учебного плана. Значения рисунка для будущей специальности студентов. Материалы и техника рисунка. Линия-способ выражения пластических качеств природы.		
	Практические занятия 1. Упражнение на передачу различного характера линий		
<b>Раздел 1. Основы перспективы</b>			
Тема 1.1. Виды перспективы. Перспектива плоских фигур. Перспектива объемных тел.	Содержание учебного материала	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2	
	1. Виды перспективы. Линейная. Тональная. Световоздушная. Основные методы построения пространства на плоскости. Обоснование законов линейной перспективы. Картинная плоскость. Горизонт. Главная точка схода.		
	2. Рисунок плоских фигур в перспективе (круг, квадрат...) 3. Рисунок объемных тел в перспективе (цилиндр, конус, шар, пирамида, призма и т.д.)		
	Практические занятия 1. Рисунок плоских фигур в перспективе 2. Рисунок геометрических тел в перспективе		
Тема 1.2. Фронтальная и угловая перспектива.	Содержание учебного материала	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2	
	1. Фронтальная перспектива 2. Угловая перспектива		
	Практические занятия 1. Рисунок предметов мебели во фронтальной перспективе 2. Рисунок предметов мебели в угловой перспективе 3. Рисунок пространства улицы		
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнить зарисовки пространства комнаты с мебелью		
	<b>Раздел 2. Рисунок натюрморта</b>		
	Тема 2.1. Натюрморт из 2-3 простых по форме предметов		Содержание учебного материала
Линейно-конструктивное построение. Светотеневая моделировка. Композиция. Перспектива. Тональное решение.			
Тема 2.2. Натюрморт из предметов быта близких по форме к геометрическим телам шаровидной формы.	Практические занятия 1. Рисунок натюрморта из геометрических тел.	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2	
	<b>Раздел 2. Рисунок натюрморта</b>		
Тема 2.3. Рисование складок ткани.	Содержание учебного материала	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2	
	Драпировка. Материальность, фактура. Форма складок.		
	Практические занятия 1. Рисунок закреплённой на вертикальной плоскости драпировки из ткани с ярко выраженными пластическими свойствами.		
Тема 2.4. Натюрморт из	Содержание учебного материала	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2	
	Расположение предметов в пространстве. Передача		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Коды формируемых компетенций
различных предметов быта с включением складок драпировки.	материальности, формы, объема, пропорций предметов. Практические занятия 1. Рисунок натюрморта из предметов быта с включением складок драпировки Самостоятельная работа обучающихся Выполнить рисунок натюрморта из предметов быта	
Тема 2.5.Рисунок натюрморта в графической технике.	Содержание учебного материала Виды графики. Графические приемы. Практические занятия 1. Упражнение по передаче графической текстуры 2. Рисунок натюрморта в графической технике	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
<b>Раздел 3. Рисунок головы человека</b>		
Тема 3.1. Рисование черепа человека в двух поворотах.	Содержание учебного материала Анатомическое строение черепа человека. Мышцы головы и пластическая связь с черепом. Практические занятия 1. Зарисовки черепа в двух поворотах	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 3.2. Рисование гипсовых слепков частей головы человека (глаз, нос, губы, ухо).	Содержание учебного материала Классические пропорции головы человека. Характерные формы частей лица человека. Выполнение отдельных зарисовок гипсовых моделей частей лица. Практические занятия 1.Зарисовка гипсовых частей лица (глаза). 2.Зарисовка гипсовых частей лица (нос, губы) 3.Зарисовка гипсовых частей лица (ухо). Самостоятельная работа обучающихся Выполнить наброски головы человека с натуры	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 3.3. Пропорции головы человека.	Содержание учебного материала Пропорции головы человека. Анфас. Профиль. Поворот $\frac{3}{4}$ . Практические занятия 1. Схема пропорций головы человека (анфас) 2. Схема пропорций головы человека (профиль) 3. Схема пропорций головы человека (поворот $\frac{3}{4}$ )	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 3.4. Рисование античной гипсового слепка головы человека (“Диадумен”, “Венера”, “Сократ”)	Содержание учебного материала Порядок и правила и приёмы построения рисунка с передачей общей формы головы. Расположения и направлений линий глаз, носа, рта, бровей, волос, ушей. Приёмы выполнения рисунка с детальной проработкой всех частей лица. Практические занятия 1. Рисунок головы с гипсового слепка с детальной проработкой всех частей лица. Самостоятельная работа обучающихся Выполнить наброски головы человека с натуры	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 3.5. Рисование головы натурщика (анфас или $\frac{3}{4}$ ).	Содержание учебного материала Анализ формы головы человека. Последовательность выполнения рисунка головы человека. Портретное сходство. Практические занятия 1. Рисунок головы живой модели 2. Рисунок головы живой модели Самостоятельная работа обучающихся Выполнить рисунок головы живой модели	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Коды формируемых компетенций
Тема 3.6. Рисование верхних конечностей и кисти руки	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Анатомическое строение конечностей. Связь формы конечностей с их анатомическим строением. Изменение формы конечностей при движении.</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Рисунок гипсового слепка кисти руки.</p>	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 3.7. Рисование головы живой натуры с руками.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Композиционное размещение натуры в заданном формате. Построение и уточнение форм деталей полуфигуры с руками; способы прорисовки форм (светотеневая проработка с помощью штриха).</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Рисунок полуфигуры человека с руками.</p>	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 3.8. Рисование головы человека в графической технике	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Графические приемы стилизации головы человека.</p> <p>Графические техники.</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Графический рисунок головы человека</p>	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
<b>Раздел 4. Рисунок фигуры человека</b>		
Тема 4.1. Анатомическое строение фигуры человека.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Анатомическое строение фигуры человека. Мышцы и пластическая связь со скелетом. Анатомия человека. Скелет. Мышцы.</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Зарисовки скелета человека с натуры.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Зарисовать мышцы человека (работа по иллюстрациям с книг)</p>	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 4.2. Пропорции фигуры человека.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Пропорции фигуры человека. Закономерности изменения горизонтальных величин фигуры человека в поворотах и движениях, в повороте на <math>\frac{3}{4}</math>. Последовательность построения схемы фигуры человека с опорой на одну ногу.</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Зарисовка схемы пропорций фигуры человека в анфас и в профиль (муж. и женская фигуры).</p> <p>2. Зарисовка схемы пропорций фигуры человека в повороте <math>\frac{3}{4}</math>.</p> <p>3. Зарисовка схемы пропорций фигуры человека с опорой на одну ногу.</p>	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 4.3. Рисование нижних конечностей и стопы ноги (гипсовые слепки).	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Анатомическое строение конечностей. Связь формы конечностей с их анатомическим строением. Изменение формы конечностей при движении.</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Рисунок гипсового слепка стопы.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Выполнить наброски нижних конечностей</p>	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 4.4. Рисование гипсового слепка (“Геракл”).	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Классические пропорции фигуры человека. Особенности анатомического строения. Анализ движения и передача объемной формы фигуры человека в пространстве. Большие</p>	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Коды формируемых компетенций
	тоновые отношения. Выявление большой формы. Практические занятия 1. Рисунок фигуры человека с гипсового слепка («Геркул»)	
Тема 4.5. Рисунок фигуры человека в одежде.	Самостоятельная работа обучающихся Выполнить наброски фигуры человека с натуры Содержание учебного материала Фигура человека. Особенности анатомического строения. Анализ движения и передача объемной формы фигуры человека в пространстве. Большие тоновые отношения. Выявление большой формы. Практические занятия 1. Рисунок фигуры человека с натуры	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 4.6. Рисунок фигуры человека в интерьере.	Самостоятельная работа обучающихся Выполнить наброски фигуры человека с натуры Содержание учебного материала Фигура человека. Особенности анатомического строения. Анализ движения и передача объемной формы фигуры человека в пространстве. Большие тоновые отношения. Выявление большой формы. Рисование фигуры человека в положении стоя. Передача пространства комнаты. Практические занятия 1. Рисунок фигуры человека с натуры в интерьере	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
Тема 4.7. Зарисовки фигуры человека в одежде в графической технике.	Самостоятельная работа обучающихся Выполнить наброски фигуры человека с натуры Содержание учебного материала Графические приемы стилизации фигуры человека. Графические техники. Фактура графического пятна. Передача деталей прически, одежды, обуви, аксессуаров. Практические занятия 1. Графический рисунок фигуры человека	ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2
<b>Промежуточная аттестация</b> – экзамен в виде выставки-просмотра (5сем)		ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1–ПК 1.3, ПК 2.1; ПК 2.2



## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

**Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет рисунка и живописи; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий ; техническими средствами обучения: набор красок (акварельные, гуашь, акриловые), набор кистей художественных, набор мелков, набор цветных карандашей, ватман, мольберт, табурет, подиум, шкаф, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

**Основная литература:**

1. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495395>

2. Чекмарев, А. А. Черчение : учебник для среднего профессионального образования / А. А. Чекмарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 275 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09554-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491225>

### Дополнительная литература:

1. Барышников, А. П. Перспектива : учебник / А. П. Барышников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 178 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12052-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/4961702>.

2. Рабинович, М. Ц. Пластическая анатомия человека, четвероногих животных и птиц : учебник для среднего профессионального образования / М. Ц. Рабинович. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07896-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490536>

3. Чекмарев, А. А. Инженерная графика : учебник для среднего профессионального образования / А. А. Чекмарев. — 13-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 389 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07112-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489723>

### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

#### РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения теории перспективы;</li> <li>- способы линейного построения объектов;</li> <li>конструкцию светотени;</li> <li>- профессиональную методику выполнения графической работы;</li> <li>- приемы графической стилизации;</li> <li>- пропорционирование головы, деталей лица, фигуры и ее частей</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Экспертная оценка выставок-просмотров.</p> <p>Оценка творческих работ (рисунков).</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольная работа).</p> <p>Оценка результатов экзамена.</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике;</li> <li>- выполнять линейные построения предметов, интерьера, улицы, фигуры человека;</li> <li>- выполнять тональный рисунок;</li> <li>- выполнять стилизованную графику, выдерживая единство стиля;</li> <li>- применять изображение фигуры в композиции</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Экспертная оценка выставок-просмотров.</p> <p>Оценка творческих работ (рисунков).</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольная работа).</p> <p>Оценка результатов экзамена.</p>



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:  
ОП.02. ЖИВОПИСЬ С ОСНОВАМИ ЦВЕТОВЕДЕНИЯ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа дисциплины ОП.02. Живопись с основами цветоведения является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А, преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель

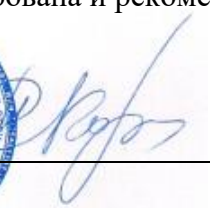


(подпись)

Е.А. Суярова

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной  
некоммерческой организации  
Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества  
с ограниченной ответственностью  
«Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

## **СОДЕРЖАНИЕ**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы .....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	7
2.2. Тематический план дисциплины.....	8
2.3. Содержание дисциплины.....	9
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	16
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	16
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	16
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	18

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.02. Живопись с основами цветоведения входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды,	Знать психологические основы личности; технологии эффективного



<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
	(подчиненных), результат выполнения заданий	результат выполнения заданий	взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
<b>ПК 1.1</b>	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
<b>ПК 1.2</b>	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
<b>ПК 1.3</b>	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
<b>ПК 2.1</b>	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе;

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	и материалы	осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры		
		3	4	5
<b>Объем часов по дисциплине</b>	278	58	132	88
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>				
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	152	42	68	42
в том числе:				
учебные занятия лекционного типа	-	-	-	-
лабораторные занятия	-	-	-	-
практические занятия	152	42	68	42
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	126	16	64	46
в том числе:				
самостоятельная работа над проектом	-	-	-	-
внеаудиторная самостоятельная работа	126	16	64	46
Промежуточная аттестация в форме		Другие формы контроля (Контрольная работа)	Другие формы контроля (Контрольная работа)	Экзамен

## 2.2. Тематический план дисциплины

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	
Раздел 1. Введение в дисциплину. Цветоведение	12	2	10	-		10		-		
Раздел 2. Основы колорита в живописи	110	54	56	-		56		-		
Раздел 3. Живопись живой природы	14	2	12	-		12		-		
Раздел 4. Живопись верхних и нижних конечностей человека	24	10	14	-		14		-		
Раздел 5. Живопись обнажённой фигуры человека	28	10	18	-		18		-		
Раздел 6. Живопись одетой фигуры человека	88	46	42	-		42		-		
<b>Промежуточная аттестация</b>			Экзамен							
Всего часов	278	126	152	-	-	152	-	-	-	

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Объём часов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
<b>Раздел 1</b>			
<b>Введение в дисциплину</b>			
Тема 1.1 Цветоведение	1 Назначение учебной дисциплины «Живопись с основами цветоведения». Основные понятия о цвете. Гармония цвета. Цветовой круг 2 Цветовые контрасты. Контрасты дополнительных цветов 3 Основные материалы и техники работы с акварельными и гуашевыми красками <b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Определение понятий «этюд», «основные цвета», «станковая живопись», «локальный цвет». Выполнить акварелью ровные заливки прямоугольников с переходом от тёплого цвета к холодному	12	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
<b>Раздел 2</b>			
<b>Основы колорита в живописи</b>			
Тема 2.1 Этюды овощей и фруктов	Колорит в живописи <b>Практическое занятие</b> Компоновка предметов в листе. Большие цветовые отношения. Лепка формы цветом <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов овощей и фруктов	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 2.2 Натюрморт из простых бытовых предметов (гризайль)	Передача свето-воздушной среды. Тональное решение <b>Практическое занятие</b> Компоновка предметов в листе. Определение пропорций. Конструктивное построение предметов. Разбор предметов по тону. Прописка теней. Лепка формы тоном. <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов в тоне (одним цветом).	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 2.3 Натюрморт из предметов быта в «теплой» гамме	Колористическое решение натюрморта. Тёплая гамма <b>Практическое занятие</b> Компоновка предметов в листе.	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Объем часов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	Определение пропорций.		
Тема 2.4 Декоративная интерпретация натюрморта	<p>Приёмы стилизации формы. Плоскостное решение</p> <p><b>Практическое занятие</b> Перенос рисунка натюрморта на кальку. Составление цветовой палитры. Стилизация предметов. Плоскостное решение натюрморта. Декоративное решение натюрморта. Нанесение падающих теней, подчеркивание контура. Ритмическое расположение цветowych пятен</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Декоративное решение натюрмортов</p>	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 2.5 Натюрморт с букетом искусственных цветов. Холодная гамма	<p>Колористическое решение натюрморта. Холодная гамма</p> <p><b>Практическое занятие</b> Рисунок натюрморта и построение в листе. Прописка падающих и собственных теней. Передача материальности. Лепка формы цветом</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов в холодной гамме.</p>	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 2.6 Натюрморт из предметов быта контрастных по цвету	<p>Натюрморт из предметов быта контрастных по цвету</p> <p><b>Практическое занятие</b> Компоновка в листе. Определение пропорций Создание живописно-контрастной среды. Передача плановости цвето-воздушной среды</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов контрастных по цвету</p>	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 2.7 Натюрморт из	Чучела птиц и животных с характерным анатомическим строением и красочным	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Объем часов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
различных предметов с чучелом птицы	<p>оперением.</p> <p><b>Практическое занятие</b>  Рисунок натюрморта, построение Большие цветовые отношения  Лепка формы цветом  Пространственное решение предметов в среде</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b>  Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение рисунков розеток. Конструктивное решение.</p> <p><b>Контрольная работа</b>  по теме «Этюд чучела птицы»  Содержание учебного материала  Натюрморт из предметов с включением орнаментальной драпировки</p>		ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 2.8 Натюрморт из предметов с включением орнаментальной драпировки	<p>Рисунок натюрморта, построение  Уточнение пропорций, подготовка к живописи  Большие цветовые отношения  Прописка падающих и собственных теней  Лепка формы цветом  Передача материальности  Обобщение форм лессировками</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b>  Этюды предметов на орнаментальных драпировках</p>	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 2.9 Натюрморт из предметов искусства с гипсовым орнаментом (розеткой)	<p>Натюрморт из предметов искусства с гипсовым орнаментом</p> <p><b>Практическое занятие</b>  Компоновка в листе. Определение пропорций  Уточнение пропорций, подготовка к живописи  Большие цветовые отношения  Прописка падающих и собственных теней  Лепка формы цветом  Лепка формы цветом  Передача материальности  Обобщение форм лессировками</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b>  Работа с опорным конспектом, учебной</p>	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Объём часов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	литературой. Выполнение этюдов с гипсовыми предметами (розетки, капитель)		
Тема 2.10 Декоративная интерпретация натюрморта	<p>Декоративное решение натюрморта</p> <p><b>Практическое занятие</b> Перенос рисунка натюрморта на кальку. Составление цветовой палитры. Стилизация предметов. Плоскостное решение натюрморта. Декоративное решение натюрморта. Нанесение падающих теней, подчеркивание контура. Ритмическое расположение цветowych пятен</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Декоративное решение натюрмортов.</p>	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 2.11 Натюрморт из предметов различных по материалу	<p>Натюрморт из предметов различных по материалу</p> <p><b>Практическое занятие</b> Компоновка в листе. Определение пропорций Уточнение пропорций, подготовка к живописи Большие цветовые отношения Прописка падающих и собственных теней Лепка формы цветом Лепка формы цветом Передача материальности Обобщение форм лессировками</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов с предметами разных по материальности (стекло, металл, дерево и др.) Контрольная работа По теме: Этюд предметов разных по материалу (стекло, металл)</p>	10	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
<b>Раздел 3. Живопись живой природы</b>			
Тема 3.1 Этюд головы натурщика	<p>Этюд головы натурщика</p> <p><b>Практическое занятие</b> Построение головы и компоновка в листе</p>	14	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2



Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Объём часов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	Уточнение пропорций, подготовка к живописи Прописка падающих и собственных теней Большие цветовые отношения Лепка формы цветом Лепка формы цветом Обобщение лессировками <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов головы человека.		
<b>Раздел 4 Живопись верхних и нижних конечностей человека</b>			
Тема 4.1 Этюды кистей рук	Этюды кистей рук Компонировка рук в листе. Построение Уточнение пропорций, подготовка к живописи Лепка формы цветом Передача материальности Обобщение лессировками <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов кистей рук человека	12	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 4.2 Этюды стоп ног	Этюды стоп ног Практическое занятие Компонировка стоп в листе. Построение Уточнение пропорций, подготовка к живописи Лепка формы цветом Передача материальности Обобщение лессировками <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов стоп ног человека	12	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
<b>Раздел 5 Живопись обнаженной фигуры человека</b>			
Тема 5.1 Женская модель	Женская модель  <b>Практическое занятие</b> Компонировка рук в листе. Построение Уточнение пропорций, подготовка к живописи Лепка формы цветом Передача материальности Обобщение лессировками <b>Самостоятельная работа</b>	14	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Объём часов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	<p><b>обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов кистей рук человека</p>		
<p>Тема 5.2 Мужская модель</p>	<p>Мужская модель</p> <p><b>Практическое занятие</b> Компоновка стоп в листе. Построение Уточнение пропорций, подготовка к живописи Лепка формы цветом Передача материальности Обобщение лессировками</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов стоп ног человека</p> <p><b>Контрольная работа</b> по теме « Живопись обнаженной фигуры человека»</p>	14	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
<b>Раздел 6 Живопись одетой фигуры человека</b>			
<p>Тема 6.1 Постановка мужской фигуры в костюме в положении сидя</p>	<p>Постановка мужской фигуры в костюме в положении сидя</p> <p><b>Практическое занятие</b> Компоновка фигуры в листе. Определение пропорций. Прорисовка частей тела, посадить фигуру на плоскость. Взаимосвязь цветовых отношений фона и фигуры. Лепка большой формы цветом. Лепка формы цветом. Лепка формы цветом. Обобщение лессировками.</p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов одетой фигуры человека</p>	22	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
<p>Тема 6.2 Мужская полуфигура с руками. Декоративная интерпретация практической работы</p>	<p>Мужская полуфигура с руками. Декоративная интерпретация практической работы</p> <p><b>Практическое занятие</b> Компоновка полуфигуры в листе. Построение Выбор цветовой гаммы. Моделировка</p>	22	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Объём часов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	формы цветом Декоративная интерпретация, цветовой образ <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение декоративной интерпретации мужской полуфигуры с руками		
Тема 6.3 Постановка женской фигуры в костюме в положении сидя	Постановка женской фигуры в костюме в положении сидя» <b>Практическое занятие</b> Компонировка фигуры в листе. Определение пропорций. Прорисовка частей тела, посадить фигуру на плоскость» Взаимосвязь цветовых отношений фона и фигуры. Лепка формы цветом Обобщение лессировками <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов одетой фигуры человека	22	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Тема 6.4 Мужская полуфигура с руками. Декоративная интерпретация практической работы	Мужская полуфигура с руками. Декоративная интерпретация практической работы <b>Практическое занятие</b> Компонировка полуфигуры в листе. Построение Выбор цветовой гаммы. Моделировка формы цветом Декоративная интерпретация, цветовой образ <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение декоративной интерпретации мужской полуфигуры с руками	22	ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1-3 ПК 2.1 – ПК 2.2
Итого		278	

## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

**Реализация программы дисциплины предусматривает следующие специальные помещения:**

Кабинет рисунка и живописи; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий ; техническими средствами обучения: набор красок (акварельные, гуашь, акриловые), набор кистей художественных, набор мелков, набор цветных карандашей, ватман, мольберт, табурет, подиум, шкаф, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

**Основная литература:**

1. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495395>

2. Киплик, Д. И. Техника живописи : учебник для среднего профессионального образования / Д. И. Киплик. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09962-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494563>

### Дополнительная литература:

1. Лютов, В. П. Цветоведение и основы колориметрии : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Лютов, П. А. Четверкин, Г. Ю. Головастики. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07008-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493169>

2. Рерберг, Ф. И. Художник о красках / Ф. И. Рерберг. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 210 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12644-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496476>

### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

## РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения теории цветоведения;</li> <li>- способы создания цветовой композиции;</li> <li>- особенности работы с разными живописными техниками;</li> <li>- способы создания цветом объема и пространства;</li> <li>- методику использования цвета в живописном этюде фигуры;</li> <li>- возможности живописно-графических стилизаций;</li> <li>- методы создания стилизованных живописных изображений;</li> <li>- художественный язык использования цвета в электронном изображении.</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка выполнения творческой работы (рисунка).</p> <p>Экспертная оценка выставок-просмотров.</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольная работа).</p> <p>Оценка результатов экзамена.</p>
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи;</li> <li>- использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике;</li> <li>- правильно использовать живописную технику;</li> <li>- выполнять живописный этюд;</li> <li>- выдерживать живописное состояние этюда;</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки,</p>	<p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка выполнения творческой работы (рисунка).</p> <p>Экспертная оценка выставок-просмотров.</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольная работа).</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>- создавать стилизованные изображения с использованием цвета;</p> <p>- использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений.</p>	<p>указанные в программе компетенции, допускающий неприципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов экзамена.</p>



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:  
ОП.03. ИСТОРИЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**



Рабочая программа дисциплины ОП.03 История изобразительного искусства является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

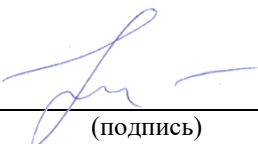
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель

  
\_\_\_\_\_  
(подпись) Е.А. Суярова

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой  
организации Культурный центр «Грин  
Хилл»



  
\_\_\_\_\_

С.А. Королёв

Генеральный директор общества  
с ограниченной ответственностью  
«Логос-Дизайн»



  
\_\_\_\_\_

С.А. Жданов

## **СОДЕРЖАНИЕ**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины .....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	6
2.2. Тематический план дисциплины .....	6
2.3. Содержание дисциплины .....	7
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
3.1. Материально-техническое обеспечение .....	9
3.2. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы .....	9
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	11

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.03 История изобразительного искусства входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01. Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
<b>ОК 7</b>	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
<b>ПК 1.1</b>	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
<b>ПК 1.2</b>	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры
		2
<b>Объем часов по дисциплине</b>	108	108
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>		
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	76	76
в том числе:		
учебные занятия лекционного типа	38	38
лабораторные занятия	-	-
практические занятия	38	38
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	32	32
в том числе:		
самостоятельная работа над проектом	-	-
внеаудиторная самостоятельная работа	32	32
Промежуточная аттестация в форме	экзамен	

### 2.2. Тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки
<b>Тема 1</b> Первобытное искусство	12	4	8	4			4		
<b>Тема 2.</b> Искусство Древнего мира	16	4	12	6			6		
<b>Тема 3.</b> История западноевропейского искусства	18	6	12	6			6		
<b>Тема 4</b> История искусства стран Востока	16	4	12	6			6		
<b>Тема 5</b>	12	4	8	4			4		-

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки
История искусства доколумбовой Америки									
<b>Тема 6</b> История русского искусства	18	6	12	6		6		-	
<b>Тема 7</b> Искусство XX в	16	4	12	6		6		-	
<b>Промежуточная аттестация</b>	Экзамен								
<b>Всего часов</b>	108	32	76	38		38		-	

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
<b>Тема 1</b> Первобытное искусство	Искусство эпохи палеолита Искусство эпохи мезолита Искусство эпохи неолита Искусство эпохи бронзы Искусство эпохи железа	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.2
<b>Тема 2.</b> Искусство Древнего мира	Искусство Древнего Египта. Династический период. Древнее царство. Среднее царство. Новое царство. Амарнский период. Вторая половина Нового царства. Искусство Древней Передней Азии. Искусство Шумера и Аккада. Искусство Ассирии. Искусство Нововавилонского царства. Эгейское искусство и искусство Древней Греции. Искусство Крита. Искусство Микен, Тиринфа и Трои. Искусство Древней Греции. Архаика. Ранняя классика. Высокая классика. Поздняя классика. Эллинизм. Искусство этрусков и Древнего Рима. Искусство этрусков. Искусство Древнего Рима. Искусство эпохи республики. Искусство империи.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.2
<b>Тема 3.</b> История	Искусство Византии Средневековое искусство Западной Европы. Романское	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
западноевропейского искусства	искусство. Готическое искусство. Искусство Франции. Искусство Англии. Искусство Германии. Средневековое искусство Испании. Средневековое искусство Италии. Искусство эпохи Возрождения. Итальянское Возрождение. Проторенессанс. Раннее Возрождение. Высокое Возрождение. Позднее Возрождение. Северное Возрождение. Нидерландское Возрождение. Немецкое Возрождение. Испанское Возрождение. Искусство Западной Европы XVII в. Искусство Италии. Искусство Фландрии. Искусство Голландии. Искусство Испании. Искусство Франции. Искусство Западной Европы XVIII в. Искусство Франции. Искусство Италии. Искусство Англии. Искусство Германии. Искусство Западной Европы первой половины XIX в. Искусство Германии. Искусство Франции. Искусство Испании. Искусство Англии. Искусство Западной Европы второй половины XIX в. Реализм. Импрессионизм. Постимпрессионизм. Искусство Западной Европы рубежа XIX — XX вв.	
<b>Тема 4</b> История искусства стран Востока	Искусство Индии. Искусство Древней Индии. Искусство средневековой Индии. Искусство Китая. Искусство Древнего Китая. Искусство средневекового Китая. Искусство Японии.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.2
<b>Тема 5</b> История искусства доколумбовой Америки	Искусство ольмеков. Искусство Теотиуакана. Искусство ацтеков. Искусство майя. Искусство инков.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.2
<b>Тема 6</b> История русского искусства	Древнерусское искусство. Искусство России конца XVII—XVIII в. Искусство России первой половины XIX в. Искусство России второй половины XIX в. Искусство России рубежа XIX—XX вв. Архитектура. Скульптура. Живопись.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.2
<b>Тема 7</b> Искусство XX в	Архитектура. Зарубежное изобразительное искусство Фовизм. Кубизм. Футуризм. Экспрессионизм. Абстракционизм. Сюрреализм. Поп-арт. Оп-арт. Фотореализм (гиперреализм). Концептуализм. Кинетическое искусство. Изобразительное искусство России. Конструктивизм. Соцреализм. «Суровый стиль». Московский концептуализм. Соц-арт.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.2

## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

**Реализация программы дисциплины предусматривает следующие специальные помещения:**

Кабинет истории изобразительных искусств; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий ; техническими средствами обучения: набор красок (акварельные, гуашь, акриловые), набор кистей художественных, набор мелков, набор цветных карандашей, ватман, мольберт, табурет, подиум, шкаф, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

**3.2. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основные источники:**

1. Сокольникова, Н. М. История изобразительного искусства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. М. Сокольникова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 405 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14735-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496739>

2. Ильина, Т. В. История искусства : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494951>

#### **Дополнительные источники:**



1. Агрatina, Е. Е. История зарубежного и русского искусства XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Агрatina. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 317 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05785-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493052>

2. Кон-Винер, Э. История стилей изобразительных искусств / Э. Кон-Винер. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 199 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-14507-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497007>

3. Ванюшкина, Л. М. История искусств. Возрождение и Новое время : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 484 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13474-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497573>

### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

## РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;</li> <li>- творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов разных эпох.</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов экзамена.</p>
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Уметь:</p> <p>использовать свои знания в профессиональной деятельности</p>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший</p>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов экзамена.</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
	<p>детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы. Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ОП.04. ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа дисциплины ОП.04 Экономика организации является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

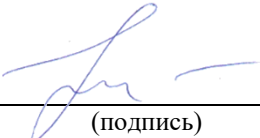
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК. Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель

  
\_\_\_\_\_  
(подпись) Е.А. Суярова

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой  
организации Культурный центр «Грин  
Хилл»

  
  
\_\_\_\_\_  
С.А. Королёв

Генеральный директор общества  
с ограниченной ответственностью  
«Логос-Дизайн»

  
  
\_\_\_\_\_  
(подпись) С.А. Жданов

## **СОДЕРЖАНИЕ**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины .....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	7
2.2. Тематический план дисциплины .....	8
2.3. Содержание дисциплины .....	9
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	11
3.1. Материально-техническое обеспечение .....	11
3.2. Информационное обеспечение обучения .....	11
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.04 Экономика организации входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
<b>ОК 7</b>	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
<b>ПК 2.1</b>	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
<b>ПК 2.2</b>	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания



<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
			Интернет-рекламы
<b>ПК 2.3</b>	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Уметь использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации
<b>ПК 3.2</b>	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Уметь принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры
		2
<b>Объем часов по дисциплине</b>	94	94
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>		
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	58	58
в том числе:		
учебные занятия лекционного типа	38	38
лабораторные занятия	-	-
практические занятия	20	20
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	36	36
в том числе:		
самостоятельная работа над проектом	-	-
внеаудиторная самостоятельная работа	36	36
Промежуточная аттестация в форме	экзамена	

## 2.2. Тематический план дисциплины

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
Тема 1. Организация – основа экономики	24	8	16	10		6		-	
Тема 2. Основные средства предприятия	24	10	14	10		4		-	
Тема 3. Оборотные средства организации	24	10	14	10		4		-	
Тема 4. Финансы организации	22	8	14	8		6		-	
Промежуточная аттестация			Экзамен						
Всего часов	94	36	58	38		20		-	

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
Тема 1. Организация – основа экономики	Организация как основа материального производства в национальной экономике. Цель функционирования производственного предприятия в условиях рыночной экономики. Производственные и рыночные связи предприятия. Основные функции производственного предприятия Особенности производственных связей крупных средних и малых предприятий. Конкуренция и ее влияние на производственную деятельность предприятия. Возможности малых предприятий для повышения конкуренции и скорейшего внедрения достижений науки и техники в производство. Деятельность предприятия и эффективное функционирование экономики	ОК 1 – ОК 11 ПК 2.1 – 2.3 ПК 3.2
Тема 2. Основные средства предприятия	Экономическая сущность основных средств их отличие от оборотных средств. Классификация основных средств по составу и структуре. Группировка основных средств по активной и пассивной части. Виды оценок основных средств. Физический и моральный износ, причины, обуславливающие износ. Ремонт и модернизация основных средств. Аренда основных средств. Амортизация. Распределение основных средств по амортизационным группам. Методы амортизации. Определение срока полезного использования основных средств. Система учета основных средств, постановка на учет, выбытие. Стоимостные, натуральные и комплексные показатели использования основных средств, пути их лучшего использования.	ОК 1 – ОК 11 ПК 2.1 – 2.3 ПК 3.2
Тема 3. Оборотные средства организации	Оборотные средства фирмы, понятие и экономическая сущность Структура оборотных средств. Характеристика кругооборота и оборота. Оборотные производственные фонды и фонды обращения. Источники формирования оборотных средств. Нормируемые и ненормируемые оборотные средства. Методика определения потребности предприятия в оборотных средствах. Норма и норматив оборотных средств. Нормирование оборотных средств в запасах сырья, основных материалов и покупных полуфабрикатов. Нормирование запасов в незавершенном производстве. Нормирование оборотных средств в расходах будущих периодов. Нормирование оборотных средств в запасах готовой продукции. Система показателей оборачиваемости оборотных средств: порядок расчета и оценка динамики. Расчет и оценка показателей оборачиваемости запасов; дебиторской и кредиторской	ОК 1 – ОК 11 ПК 2.1 – 2.3 ПК 3.2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	задолженности, денежных средств и краткосрочных финансовых вложений. Система показателей использования оборотных производственных фондов. Материалоемкость продукции, резервы ее снижения.	
Тема 4. Финансы организации	Содержание финансов фирмы. Основные функции финансов. Система финансовых взаимоотношений предприятия. Принципы организации финансов предприятия (фирмы). Финансовые ресурсы фирмы и их структура. Основные задачи управления финансами. Задача и обязанности финансовых служб. Стратегические и тактические цели управления финансами. Показатели, характеризующие финансовую деятельность предприятия. Классификация затрат, относимых на себестоимость продукции (работ и услуг). Планирование себестоимости реализуемой продукции. Управление издержками на основе метода «директкостинг». Доходы фирмы, их классификация. Прибыль предприятия ее содержание. Планирование прибыли методом прямого счета. Планирование прибыли аналитическим методом.	ОК 1 – ОК 11 ПК 2.1 – 2.3 ПК 3.2

## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусматривают следующие специальные помещения:

Кабинет экономики и менеджмента; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом), материалами учебно-наглядных пособий ; техническими средствами обучения: компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

#### **Основная литература:**

1. Мокий, М. С. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. С. Мокий, О. В. Азоева, В. С. Ивановский ; под редакцией М. С. Мокия. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 297 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13970-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489613>

2. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 498 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06278-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494015>

### Дополнительная литература:

1. Барышникова, Н. А. Экономика организации : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Барышникова, Т. А. Матеуш, М. Г. Миронов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 184 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12885-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488560>

2. Коршунов, В. В. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. В. Коршунов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 347 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11833-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489848>

3. Основы экономики. Микроэкономика : учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Родина [и др.] ; под редакцией Г. А. Родиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 330 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10688-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489840>

### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

#### РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</li> <li>- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;</li> <li>- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твердо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, четкие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать</p>	<p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов экзамена.</p>



Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
	необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.	
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;</li> <li>- разрабатывать бизнес-план.</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b></p>	<p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов экзамена.</p>

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Методы оценки</b>
	<p>заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:  
ОП.05 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное  
образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: очная**

**Срок обучения: 2 года 10 мес.**

**Москва 2023**

Рабочая программа дисциплины ОП.05. Безопасность жизнедеятельности является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: В.А. Ильин, А.В. Ерпелев, Ю.С. Сташина.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК естественно-математических дисциплин, физической культуры и БЖ. Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



(подпись)

Н.А.Черных

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ООО «Исследовательская группа  
«Омнибус», генеральный директор



С.В. Золотова

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....</b>	<b>4</b>
<b>РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2. Тематический план дисциплины .....</b>	<b>7</b>
<b>2.3. Содержание дисциплины .....</b>	<b>8</b>
<b>РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>12</b>
<b>3.1. Материально-техническое обеспечение .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2. Информационное обеспечение обучения .....</b>	<b>12</b>
<b>РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>14</b>

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 СПО Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания.

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за	Уметь брать на себя ответственность за	Знать психологические основы личности;

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
	работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	работу членов команды, результат выполнения заданий	технологии эффективного взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ПК 1.1</b>	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
<b>ПК 1.2</b>	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
<b>ПК 1.3</b>	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
<b>ПК 1.4</b>	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Уметь составлять рекламные тексты	Знать приемы и принципы составления рекламного текста
<b>ПК 1.5</b>	Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Уметь разрабатывать композиционное решение рекламного продукта	Знать композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе
<b>ПК 2.1</b>	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
<b>ПК 2.2</b>	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
		монтажа рекламы	обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы
<b>ПК 2.3</b>	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Уметь использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации
<b>ПК 3.1</b>	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Уметь проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка
<b>ПК 3.2</b>	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Уметь принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.
<b>ПК 4.1</b>	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	Уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	Знать аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.
<b>ПК 4.2</b>	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	Уметь работать с рекламой в средствах массовой информации; проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.	Знать экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; - основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.
<b>ПК 4.3</b>	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Уметь проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.	Знать основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в РФ.



## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры
		1
Объем часов по дисциплине	68	68
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	68	68
в том числе:		
учебные занятия лекционного типа	36	36
практические занятия	32	32
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	0	0
Промежуточная аттестация в форме		<i>Зачет с оценкой</i>

### 2.2. Тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки	
<b>1 семестр</b>	<b>68</b>		<b>68</b>	<b>36</b>			<b>32</b>			
Тема 1. Введение в безопасность жизнедеятельности	10	0	10	4			6			
Тема 2. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени	10	0	10	4			6			
Тема 3. Организация защиты населения и территорий в условиях чрезвычайных ситуаций	10	0	10	4			6			
Тема 4. Устойчивость объектов экономики в условиях чрезвычайных ситуаций	10	0	10	6			4			
Тема 5. Основы обороны государства	10	0	10	6			4			

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/ практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Тема 6. Основы военной службы	8	0	8	6		2			
Тема 7. Здоровый образ жизни и основы медицинских знаний	10	0	10	6		4			
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Зачёт с оценкой</i>								
Всего часов	<b>68</b>	<b>0</b>	<b>68</b>	<b>36</b>		<b>32</b>			

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
<b>Тема 1. Введение в безопасность жизнедеятельности</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Современный мир и его влияние на окружающую среду. Цели и задачи дисциплины. Основные теоретические положения учебной дисциплины. Основные понятия и определения: среда обитания, биосфера, техносфера, опасность, безопасность, вредные и опасные факторы, опасная ситуация, риск. Виды рисков.	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3
<b>Тема 2. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Понятие чрезвычайной ситуации (ЧС). Классификация чрезвычайных ситуаций. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени. 2. Общая характеристика ЧС природного характера, источники их возникновения. ЧС геологического, метеорологического, гидрологического характера. Природные пожары. Биологические, космические, экологические ЧС. 3. Классификация ЧС техногенного происхождения по масштабам их распространения. Аварии и катастрофы на объектах промышленности и транспорта. ЧС без загрязнения и с загрязнением окружающей среды 4. Чрезвычайные ситуации социального	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	<p>происхождения. Социальные опасности. Терроризм.</p> <p>5. Чрезвычайные ситуации военного времени. Современные средства поражения. Оружие массового поражения. Ядерное оружие и его поражающие факторы. Химическое, биологическое оружие и его характеристика. Действия населения в условиях ЧС военного времени.</p>	
<p><b>Тема 3. Организация защиты населения и территорий в условиях чрезвычайных ситуаций</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала:</b></p> <p>1. Основные принципы и нормативно-правовая база защиты населения и территорий от ЧС. Требования руководящих документов по защите населения и территорий от ЧС.</p> <p>2. Единая государственная система по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС). Основная цель создания и основные задачи РСЧС по защите населения от ЧС, силы и средства ликвидации ЧС. МЧС РФ – федеральный орган управления в области защиты населения и территорий от ЧС. История возникновения и развития, структура МЧС РФ. Основные задачи, силы и средства ликвидации ЧС.</p> <p>3. Гражданская оборона, её структура и задачи по защите населения от опасностей, возникающих при ведении военных действий или вследствие этих действий. Инженерная защита от ЧС. Средства индивидуальной защиты.</p> <p>4. Прогнозирование чрезвычайных ситуаций. Мероприятия, проводимые по предупреждению возникновения и развития ЧС.</p> <p>5. Основные виды и организация аварийно-спасательных и других неотложных работ (АСДНР). Действия аварийно-спасательных подразделений в условиях ЧС природного и техногенного характера.</p> <p>6. Эвакуационные мероприятия. Система предупреждения и оповещения. Виды и способы эвакуации, порядок и правила поведения в условиях эвакуации и рассредоточения.</p>	<p>ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3</p>
<p><b>Тема 4. Устойчивость объектов экономики в условиях чрезвычайных ситуаций</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала:</b></p> <p>1. Общие понятия об устойчивости объектов экономики в ЧС. Факторы, определяющие устойчивость работы объектов экономики. Основные мероприятия, обеспечивающие и повышающие устойчивость объектов экономики в ЧС.</p> <p>2. Обеспечение защиты рабочих и служащих, надежности инженерно-технических конструкций. Подготовка объектов экономики к аварийному режиму работы, восстановление нарушенного процесса работы.</p>	<p>ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3</p>
<p><b>Тема 5. Основы обороны государства</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала:</b></p> <p>1. Национальные интересы Российской Федерации.</p>	<p>ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8;</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	<p>Основные угрозы национальной безопасности Российской Федерации. Обеспечение национальной безопасности РФ.</p> <p>2. Военная доктрина и военная организация РФ. Обеспечение военной безопасности РФ. Военная организация РФ. Руководство военной организацией РФ.</p> <p>3. Организационная структура Вооружённых сил РФ. Основные задачи Вооружённых сил РФ в мирное и военное время.</p>	<p>ОК 9; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3</p>
<b>Тема 6. Основы военной службы</b>	<p><b>Содержание учебного материала:</b></p> <p>1. Правовые основы военной службы. Сущность международного гуманитарного права. Воинская обязанность.</p> <p>2. Права и ответственность военнослужащих. Права и свободы военнослужащих, льготы, предоставляемые им. Виды ответственности: дисциплинарная, административно-правовая, материальная, уголовная.</p> <p>3. Общевоинские уставы ВС РФ. Общие должностные и специальные обязанности военнослужащих. Воинская дисциплина.</p> <p>4. Прохождение военной службы по призыву и по контракту. Виды воинской деятельности. Требования, предъявляемые к физическим, психологическим и профессиональным качествам военнослужащих.</p> <p>5. Военно-патриотическое воспитание. Боевые традиции Вооруженных Сил России. Патриотизм и верность воинскому долгу – основные качества защитника Отечества. Дружба, войсковое товарищество – основы боевой готовности частей и подразделений. Символы воинской чести. Боевое знамя воинской части – символ воинской чести, доблести и славы. Ордена – почетные награды за воинские отличия и заслуги в бою и военной службе. Ритуалы Вооруженных Сил Российской Федерации</p>	<p>ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3</p>
<b>Тема 7. Здоровый образ жизни и основы медицинских знаний</b>	<p><b>Содержание учебного материала:</b></p> <p>1. Здоровье человека и здоровый образ жизни Здоровье - одна из основных жизненных ценностей человека. Факторы, формирующие здоровье и факторы разрушающие здоровье. Вредные привычки и их влияние на здоровье. Допинг-контроль.</p> <p>2. Общие правила оказания первой медицинской помощи Правовые основы оказания первой помощи. Ситуации, при которых человек нуждается в оказании первой помощи.</p>	<p>ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	<p>Первая медицинская помощь при ранениях, кровотечениях, переломах, ожогах, шоке, обмороке и поражении электрическим током.</p> <p><b>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</b></p> <p>1. Практическое занятие: отработка навыков оказания первой медицинской помощи: при кровотечении; при травмах опорно-двигательного аппарата; при отравлении аварийно-химическими отравляющими веществами; при ожогах; проведение реанимационных мероприятий с использованием робота тренажера.</p>	
<b>Промежуточная аттестация: зачет с оценкой</b>		

## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

**Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет безопасности жизнедеятельности; учебная аудитория для проведения всех видов лекционных и практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, предусмотренных учебным планом, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащен специализированной мебелью (столы и стулья для преподавателя и обучающихся, доска для написания маркером, шкаф); материалами учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения (проектор, проекционный экран, монитор, компьютер с лицензионным программным обеспечением, колонки, пульт); специализированным инвентарем (защитные комплекты ОЗК, противогазы, приборы

Помещение для самостоятельной работы обучающихся. Оснащено специализированной мебелью (парты, стулья), техническими средствами обучения (персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением, возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета).

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

**Основная литература:**

1. Резчиков, Е. А. Безопасность жизнедеятельности: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 639 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13550-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518397>

2. Безопасность жизнедеятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Абрамова [и др.]; под общей редакцией В. П. Соломина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 399 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02041-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511659>

3. Каракеян, В. И. Безопасность жизнедеятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 313 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-04629-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511628>

4. Константинов, Ю. С. Безопасность жизнедеятельности. Ориентирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. С. Константинов, О. Л. Глаголева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 329 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08075-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514701>

#### Дополнительная литература:

Беляков, Г. И. Основы обеспечения жизнедеятельности и выживание в чрезвычайных ситуациях : учебник для среднего профессионального образования / Г. И. Беляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 354 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03180-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513050>

#### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

## РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p><b>Знать:</b>                      принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;                      основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;                      основы военной службы и обороны государства;                      задачи и основные мероприятия гражданской обороны;                      способы защиты населения от оружия массового поражения;                      меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;                      организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;                      основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящие на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;                      область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы;                      порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.</p>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твердо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, четкие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.                      Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.                      Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.                      Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, четко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов тестирования.                      Оценка результатов зачета оценкой. с</p>
<p><b>Уметь:</b>                      организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;                      предпринимать профилактические</p>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твердо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, четкие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p>	<p>Оценка результатов тестирования.                      Оценка результатов зачета оценкой. с</p>



Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<p>меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;</p> <p>использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;</p> <p>применять первичные средства пожаротушения;</p> <p>ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;</p> <p>применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;</p> <p>владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;</p> <p>оказывать первую помощь пострадавшим;</p>	<p>Оценку «хорошо» заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:  
ОП.06. ПСИХОТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАТИВНОГО  
МЕНЕДЖМЕНТА**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа дисциплины ОП.06. Психотехнологии коммуникативного менеджмента является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.ф.н. Бразуль-Брушковский Е.Г., доцент кафедры социологии и философии культуры, к.п.н. Казакова И.С.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК

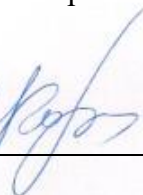


И.С. Холина

(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной  
некоммерческой организации  
Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества  
с ограниченной ответственностью  
«Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

## **СОДЕРЖАНИЕ**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы .....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины .....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	6
2.2. Тематический план дисциплины .....	7
2.3. Содержание дисциплины .....	8
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
3.1. Материально-техническое обеспечение .....	9
3.2. Информационное обеспечение обучения .....	9
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	11

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.06 Психотехнологии коммуникативного менеджмента входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
<b>ОК 7</b>	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
<b>ПК 1.1</b>	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры
		2
<b>Объем часов по дисциплине</b>	108	108
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>		
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	66	66
<b>в том числе:</b>		
учебные занятия лекционного типа	32	32
лабораторные занятия	-	-
практические занятия	34	34
контрольные работы	-	-
курсовая работа (проект)	-	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	42	42
<b>в том числе:</b>		
самостоятельная работа над проектом	-	-
внеаудиторная самостоятельная работа	42	42
Промежуточная аттестация в форме	<b>Зачёт с оценкой</b>	

## 2.2. Тематический план дисциплины

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Раздел 1 Модели и этапы коммуникации	19	7	12	6		6		-			
Раздел 2 Управление коммуникацией как функция организации	21	9	12	6		6		-			
Раздел 3 Управление внутренней коммуникацией организации	13	9	14	6		8		-			
Раздел 4 Управление внешней коммуникацией	25	9	16	8		8		-			
Раздел 5 Эффективность коммуникации	20	8	12	6		6		-			
<b>Промежуточная аттестация</b>			<b>Зачёт с оценкой</b>								
Всего часов	108	42	66	32		34					



### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
Раздел 1 Модели и этапы коммуникации	Определения коммуникации. Компоненты коммуникации в простейшей модели. Все виды коммуникационных компонентов. Этапы коммуникации: замысел, сбор информации, анализ информации, подготовка сообщения, размножение информации, доставка получателю, знакомство получателя с сообщением, осмысление, использование.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Раздел 2 Управление коммуникацией как функция организации	Коммуникационные потребности организации: потребности в информации, общении, создании сообщений о позитивном характере организации, эффективной обратной связи. Коммуникативный менеджмент – деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри, так и вне организации. Коммуникационные проблемы организации их выявление. Ведущие субъекты коммуникационного менеджмента	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Раздел 3 Управление внутренней коммуникацией организации	Цели управления внутренней коммуникацией – решение идеологических и организационных проблем организации. Задачи внутрикорпоративной коммуникации. Способы управления внутренней коммуникацией	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Раздел 4 Управление внешней коммуникацией	Коммуникационное обеспечение контактов с потребительским рынком, рынком труда, финансовым рынком, структурами власти, инспекциями, партнерами, инвесторами. Разработка коммуникационных стратегий для различных целевых аудиторий. Различные виды внешних коммуникаций и их описание (рекламные компании, контакты со СМИ, лоббизм и пр.).	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Раздел 5 Эффективность коммуникации	Эффективность и ее аспекты (увеличение сбыта, приток инвестиций, улучшение внешнего финансирования и пр.). Затраты на коммуникацию (мониторинг коммуникационных потребностей и социальных настроений, изучение влияния на целевую аудиторию и конкурирующих коммуникаторов, денежные затраты на изучение аудиторий, поиск и выделение из состава аудиторий наиболее коммуникабельных групп и пр.)	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1

## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

**Реализация программы дисциплины предусматривает следующие специальные помещения:**

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий ; техническими средствами обучения: компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

**Основная литература:**

1. Корнеенков, С. С. Психология и этика профессиональной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. С. Корнеенков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11483-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495606>

2. Чернышова, Л. И. Психология общения: этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 161 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10547-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495457>

### Дополнительная литература:

1. Милорадова, Н. Г. Психология : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Г. Милорадова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 225 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04619-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492231>

2. Рамендик, Д. М. Психология делового общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

## РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, цели и задачи дисциплины «Коммуникативный менеджмент»;</li> <li>- классификацию и функции менеджмента;</li> <li>- сущность и структуру предпринимательской деятельности;</li> <li>- теорию и практику современного менеджмента;</li> <li>- особенности и принципы управления современной организации;</li> <li>- основы государственной политики во взаимоотношениях с бизнесом, методы государственного стратегического управления;</li> <li>- основы управления и финансирования предпринимательской деятельности на государственном и муниципальном уровне;</li> <li>- систему ценностей менеджмента; зарубежный опыт решения проблем менеджмента организации.</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов зачета с оценкой.</p>
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p><b>Уметь:</b></p> <p>ориентироваться в методах современного формального и неформального управления организацией.</p>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только</p>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов зачета с оценкой.</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
	<p>основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы. Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:  
ОП.07. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ, МАРКЕТИНГА  
И ПИАР**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла ОП.07 Современные технологии рекламы, маркетинга и пиар является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель



(подпись)

Е.А. Суярова

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

## **СОДЕРЖАНИЕ**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы .....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	7
2.2. Тематический план дисциплины.....	8
2.3. Содержание дисциплины.....	9
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	11
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	11
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	11
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	13



## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.07 Современные технологии рекламы, маркетинга и пиар входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя	Уметь брать на себя	Знать психологические

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
	ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	основы личности; технологии эффективного взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
<b>ПК 2.1</b>	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
<b>ПК 2.2</b>	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
			технологии создания Интернет-рекламы
<b>ПК 2.3</b>	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Уметь использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации
<b>ПК 3.1</b>	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Уметь проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка
<b>ПК 3.2</b>	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Уметь принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры	
		3	4
<b>Объем часов по дисциплине</b>	152	66	86
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>			
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	120	60	60
в том числе:			
учебные занятия лекционного типа	72	36	36
лабораторные занятия	-	-	-
практические занятия	48	24	24
контрольные работы			
курсовая работа (проект)			
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	32	6	26
в том числе:			
самостоятельная работа над проектом	-	-	-
внеаудиторная самостоятельная работа	32	6	26
Промежуточная аттестация в форме		<i>Другие формы контроля (контрольная работа)</i>	<i>Зачет с оценкой</i>

## 2.2. Тематический план дисциплины

### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки		
Тема 1.1. PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации	30	2	28	16		12		-			
Тема 1.2. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью	36	4	32	20		12		-			
<b>Промежуточная аттестация</b>			<i>Другие формы контроля (контрольная работа)</i>								
Тема 1.3. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	38	10	28	16		12		-			
Тема 1.4. Креативные технологии в рекламе и СО	48	16	32	20		12		-			
<b>Промежуточная аттестация</b>			<i>Зачет с оценкой</i>								
Всего часов	152	32	120	72		48		-			

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия самостоятельная работа обучающихся		Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
Тема 1.1. PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации.	<b>Содержание</b>		ОК 1 – ОК 11 ПК 2.1 – ПК 2.3 ПК 3.1 – ПК 3.2
	1	Паблик рилейшнз: многообразие определений и понятий.	
	2	Функции PR	
	3	Политическая реклама как форма коммуникации. Предмет, субъект и объект рекламы	
	4	Отличие различных видов рекламы. Методы рекламной деятельности	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Классификация рекламы по каналу ее восприятия адресатом (К. Джонсона-Карти, Дж. Коупленда): визуальная, аудиальная, аудио-визуальная.	
2	Классификация рекламы в зависимости от силы воздействия на аудиторию.		
Тема 1.2. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.	<b>Содержание</b>		ОК 1 – ОК 11 ПК 2.1 – ПК 2.3 ПК 3.1 – ПК 3.2
	1	Простейшие приемы нейролингвистического программирования	
	2	Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ.	
	3	Психологические аспекты пропаганды.	
	4	Приемы манипуляции российских СМИ.	
	5	Эффективность телевизионной рекламы и пропаганды.	
	6	Психологические особенности радиорекламы.	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Примеры манипуляции сознанием зарубежных СМИ.	
2	Аудиобрендинг.		
Тема 1.3. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	<b>Содержание</b>		ОК 1 – ОК 11 ПК 2.1 – ПК 2.3 ПК 3.1 – ПК 3.2
	1	Политические технологии.	
	2	Экономические кампании: PR как способ повышения инвестиционной привлекательности.	
	<b>Практические занятия</b>		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия самостоятельная работа обучающихся		Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	1	Проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений.	
<b>Тема 1.4.</b> Креативные технологии в рекламе и СО	<b>Содержание</b>		ОК 1 – ОК 11 ПК 2.1 – ПК 2.3 ПК 3.1 – ПК 3.2
	1	Креатив в рекламе. Технологии креатива. Составляющие креатива. Структура креатива	
	2	Создание комплексных проектов состоит из следующих этапов: Предварительная разработка и исследование различных подходов.	
	3	Маркетинговая, рекламная и медийная стратегии.	
	4	Рекламная кампания, рекламные сообщения и обращения.	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Сценарная, эскизная и дизайн разработка.	
2	Технологическая проработка, бюджетирование и планирование реализации		
<b>Самостоятельная работа при изучении дисциплины</b>			ОК 1 – ОК 11
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>			ПК 2.1 – ПК 2.3
<p>Подготовьте доклады на тему:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ</li> <li>2. Психологические аспекты использования музыки в связях с общественностью и рекламе</li> <li>3. Психология цвета</li> <li>4. Разработка креативной рекламной и PR-кампании для выбранной обучающимися сферы деятельности. Презентация сценария.</li> <li>5. Разработка рекламного и PR-проекта для выбранной организации, предприятия, учреждения. Которая включает: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка тактических мероприятий.</li> <li>2. Составление медиаплана.</li> <li>3. Разработка рекламной продукции.</li> <li>4. Разработка специальных PR-мероприятий.</li> </ol> </li> </ol>			ПК 3.1 – ПК 3.2

## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

**Реализация программы дисциплины предусматривает следующие специальные помещения:**

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий ; техническими средствами обучения: компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

**Основная литература:**

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>



### Дополнительная литература:

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625>

2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

3. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495332>

### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

#### РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- роль и место PR и рекламы в системе маркетинговой коммуникации;</li> <li>- психологические аспекты применения PR технологий в рекламе и связях с общественностью;</li> <li>- разновидности и базовые инструменты PR-технологии.</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольная работа).</p> <p>Оценка результатов зачета с оценкой.</p>
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Уметь:</p> <p>применять базовые инструменты PR-технологии для решения проблем организации, в том числе на креативном уровне.</p>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки,</p>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольная работа).</p> <p>Оценка результатов зачета с оценкой.</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
	<p>указанные в программе компетенции, допускающий неприципальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:  
ОП.08 ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла ОП.08 Основы рекламы является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель



(подпись)

Е.А. Суярова

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

## **СОДЕРЖАНИЕ**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы .....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины .....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	7
2.2. Тематический план дисциплины .....	7
2.3. Содержание дисциплины .....	9
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение .....	12
3.2. Информационное обеспечение обучения .....	12
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	14

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.08 Основы рекламы входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01. Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
	деятельности.	деятельности.	деятельности
<b>ОК 6</b>	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
<b>ОК 7</b>	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования



<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
			при использовании средств ИКТ
<b>ПК 1.1</b>	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
<b>ПК 1.2</b>	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
<b>ПК 1.3</b>	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
<b>ПК 1.4</b>	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Уметь составлять рекламные тексты	Знать приемы и принципы составления рекламного текста
<b>ПК 1.5</b>	Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Уметь разрабатывать композиционное решение рекламного продукта	Знать композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры		
		1	2	3
<b>Объем часов по дисциплине</b>	262	102	79	81
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>				
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	196	86	56	54
в том числе:				
учебные занятия лекционного типа	98	36	36	26
практические занятия	98	50	20	28
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	66	16	23	27
в том числе:				
самостоятельная работа над проектом	-	-	-	-
внеаудиторная самостоятельная работа	66	16	23	27
Промежуточная аттестация в форме		<i>Другие формы контроля (контрольная работа)</i>	<i>Другие формы контроля (контрольная работа)</i>	<i>Экзамен</i>

### 2.2. Тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Семинарские/практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия
<b>Раздел I. Методологические основы рекламной деятельности</b>								
1.1. Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Цели и задачи	16	2	14	6		8		

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки
рекламной деятельности									
1.2. История рекламы и особенности современного рынка рекламы	16	2	14	6			8		
<b>Раздел II. Регулирование рекламной деятельности</b>									
2.1. Субъекты рекламной деятельности	22	4	18	8			10		
2.2. Правовое регулирование рекламной деятельности	24	4	20	8			12		
2.3. Требования к рекламе	24	4	20	8			12		
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Другие формы контроля (контрольная работа)</i>								
<b>Раздел III. Средства рекламы</b>									
3.1. Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации	18	6	12	8			4		
3.2. Электронные средства массовой информации	16	4	12	8			4		
3.3. Средства почтовой рекламы	16	4	12	8			4		
3.4. Средства наружной рекламы	16	4	12	8			4		
3.5. Вспомогательные средства рекламы	13	5	8	4			4		
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Другие формы контроля (контрольная работа)</i>								
<b>Раздел IV. Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности</b>									
4.1. Планирование рекламных кампаний	44	14	30	14			16		
4.2. Оценка эффективности рекламы	37	13	24	12			12		
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Экзамен</b>								
Всего часов	262	66	196	98			98		-

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
<b>Раздел I. Методологические основы рекламной деятельности</b>		
1.1. Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Цели и задачи рекламной деятельности	Цели, задачи и предмета учебной дисциплины, ее межпредметные связи. Реклама: понятие, назначение, функции: информирующая, экономическая, стимулирования спроса, коммуникативная, социальная. Цели и задачи рекламы. Классификация рекламы: на виды, формы и типы, по целевой аудитории, по охватываемой территории, по средствам передачи, по функциям и целям, и другим признакам. Сфера применения: коммерческая и некоммерческая деятельность, социальные и политические отношения. Объекты рекламной деятельности: информация о товарах (услугах, работах) и организациях.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
1.2. История рекламы и особенности современного рынка рекламы	История рекламного дела в России и за рубежом. Этапы развития рекламы. Реклама в древнем мире, в средние века и период расцвета капитализма. Развитие рекламы в России. Особенности современного этапа развития рекламы. Мировой рынок рекламы. Особенности российского рынка рекламы. Роль и значение рекламы в современных условиях.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
<b>Раздел II. Регулирование рекламной деятельности</b>		
2.1. Субъекты рекламной деятельности	Субъекты рекламной деятельности: понятие, виды (рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители, рекламополучатели - потребители рекламы), их характеристика. Рекламные агентства как самостоятельные юридические лица. Виды рекламных агентств в зависимости от особенностей их деятельности. Рекламные службы на предприятиях. Рекламные агенты: требования к ним. Рекламная коммуникативная система: понятие и назначение.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
2.2. Правовое регулирование рекламной деятельности	Государственное регулирование рекламной деятельности в России: документы, определяющие основные положения и правила рекламной деятельности и государственные организации, контролирующие исполнение принятых документов. Федеральный закон РФ «О рекламе»: структура. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров (услуг). Обязательные требования к рекламе, регламентируемые федеральным законом.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	Специфичные требования к рекламе отдельных товаров. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной деятельности Международной торговой палаты.	
2.3. Требования к рекламе	Рекламное сообщение: понятие, назначение, требования: добросовестность, правдивость, конкретность, целенаправленность, гуманность, компетентность и др. Разработка рекламного сообщения. Социальные аспекты регулирования рекламной деятельности.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
<b>Раздел III. Средства рекламы</b>		
3.1. Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации	Средства рекламы: понятие, назначение, классификация. Печатные СМИ: понятие, виды. Газеты и журналы: их использование для распространения рекламы. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
3.2. Электронные средства массовой информации	Электронные средства массовой информации: понятие, назначение, виды. Реклама на телевидении: понятие, виды. Использование телеэфира для распространения рекламы. Особенности телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Аудиореклама: понятие, виды. Использование радиовещания в рекламных целях. Преимущества и недостатки радиовещания. Интернет – реклама: особенности использования.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
3.3. Средства почтовой рекламы	Средства почтовой рекламы: понятие, назначение. Преимущества и недостатки. Особенности прямой почтовой рекламы. Используемые носители.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
3.4. Средства наружной рекламы	Средства наружной рекламы: понятие, виды, классификация. Наружная реклама. Классификация. Преимущества и недостатки наружной рекламы. Типы наружных рекламных сооружений. Реклама на транспорте. Преимущества и недостатки.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
3.5. Вспомогательные средства рекламы	Вспомогательные средства рекламы: понятие, назначение, виды. Рекламные сувениры, реклама в кино и др.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5
<b>Раздел IV. Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности</b>		
4.1. Планирование рекламных кампаний	Планирование рекламных акций и кампаний: понятие, назначение, их характеристика. Выбор средств распространения рекламы.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5

<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>Содержание учебного материала и практические занятия студентов</b>	<b>Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы</b>
4.2. Оценка эффективности рекламы	Эффективность рекламы: понятие. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы. Тестирование рекламных акций и рекламных кампаний: основные методы, факторы, влияющие на выбор метода тестирования.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1 – ПК 1.5

## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

**Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:**

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий ; техническими средствами обучения: компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

#### **Основная литература:**

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

#### **Дополнительная литература:**

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN

978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>

2. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496365>

#### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>



#### РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и структуру рекламной деятельности, её цели и задачи;</li> <li>- требования к рекламе и нормы правового регулирования рекламной деятельности;</li> <li>- классификацию средств рекламы и особенности её отдельных видов;</li> <li>- способы планирования и оценки эффективности рекламной кампании;</li> <li>- систему профессиональных ценностей в сфере рекламной деятельности.</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольные работы).</p> <p>Оценка результатов зачета с оценкой.</p>
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Уметь:</p> <p>планировать рекламную кампанию с использованием различных средств.</p>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает</p>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольные работы).</p> <p>Оценка результатов зачета с оценкой.</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
	<p>студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ:  
ОП.09. СТИЛИСТИКА РУССКОГО ЯЗЫКА В РЕКЛАМНОМ  
ОБРАЩЕНИИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла ОП.09. Стилистика русского языка в рекламном обращении является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

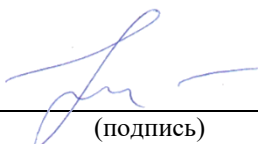
Об.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК. Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель

  
\_\_\_\_\_  
(подпись) Е.А. Суярова

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной  
некоммерческой организации  
Культурный центр «Грин Хилл»



  
\_\_\_\_\_  
С.А. Королёв

Генеральный директор общества  
с ограниченной ответственностью  
«Логос-Дизайн»



  
\_\_\_\_\_  
(подпись) С.А. Жданов

## **СОДЕРЖАНИЕ**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы .....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	6
2.2. Тематический план дисциплины.....	6
2.3. Содержание дисциплины.....	7
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	11
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	11
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	11
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	13

## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина ОП.09 Стилистика русского языка в рекламном обращении входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды,	Знать психологические основы личности; технологии эффективного

<b>Код компетенций</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
	(подчиненных), результат выполнения заданий	результат выполнения заданий	взаимодействия
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
<b>ПК 1.1</b>	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя

## РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры	
		2	3
<b>Объем часов по дисциплине</b>	126	68	58
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>			
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	100	58	42
в том числе:			
учебные занятия лекционного типа	38	20	18
лабораторные занятия			
практические занятия	62	38	24
контрольные работы			
курсовая работа (проект)			
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	26	10	16
в том числе:			
самостоятельная работа над проектом	-	-	-
внеаудиторная самостоятельная работа	26	10	16
Промежуточная аттестация в форме		<i>Другие формы контроля (контрольная работа)</i>	<i>Экзамен</i>

### 2.2. Тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки
Тема 1. Понятие рекламы. Рекламная коммуникация Виды и средства рекламы	7	1	6	2		4		-	
Тема 2. Психология восприятия рекламы и приемы речевого воздействия	7	1	6	2		4		-	
Тема 3. Рекламный текст. Основные	11	1	10	4		6		-	



Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	из них: в форме практической подготовки	Семинарские/практические занятия	из них: в форме практической подготовки	Лабораторные занятия	из них: в форме практической подготовки
вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы									
Тема 4. Язык изобразительной рекламы и его специфика. Дизайн рекламы	9	1	8	2		6		-	
Тема 5. Жанры рекламы	12	2	10	4		6		-	
Тема 6. Стилистические аспекты современной рекламы	12	2	10	4		6		-	
Тема 7. Фонетика рекламного текста	10	2	8	2		6		-	
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Другие формы контроля (Контрольная работа)</i>								
Тема 8. Лексика рекламного текста	10	2	8	4		4			
Тема 9. Синтаксис рекламного текста	8	2	6	2		4			
Тема 10. Реклама и языковая игра	12	4	8	4		4			
Тема 11. Язык рекламы и речевая культура современного общества	14	4	10	4		6			
Тема 12. Литературное редактирование рекламного текста	14	4	10	4		6			
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>Экзамен</i>								
Всего часов	<b>126</b>	26	100	38		62			

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
Тема 1. Понятие рекламы. Рекламная коммуникация Виды и средства рекламы	Реклама как разновидность социальной информации. Функции и задачи рекламы. Понятие коммуникации. Реклама как дискурс. Значение адресата для рекламной коммуникации. Концепты и символы рекламной коммуникации. Особенности коммерческой, политической и социальной рекламы. Реклама в прессе, на радио, телевидении, в интернете, наружная реклама и другие	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	средства рекламы. Реклама как вид словесности. Этос, пафос и логос рекламы.	
Тема 2. Психология восприятия рекламы и приемы речевого воздействия	Роль психических процессов в формировании рекламных образов. Психоаналитические концепции культуры и их значение для проектирования рекламы. Психология мотивации в рекламе. Предмет психолингвистики. Исследование психики потребителя. Психолингвистические особенности аудиальной и визуальной рекламы. Суггестивные психотехнологии в рекламе. Нейролингвистическое программирование (NLP). Языковое манипулирование. Имплицитная информация. Психология света, цвета и формы в рекламе. Эффективность социально-психологического воздействия рекламы. Формула AIDA.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Тема 3. Рекламный текст. Основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы	Определение рекламного текста. Композиция рекламного текста. Слоган, приемы его создания. Классификация слоганов. Этнокультурные и лингвистические особенности рекламного слогана. Виды заголовков рекламного текста. Основной рекламный текст и приемы аргументации в рекламе. Кода рекламного текста. Читаемость рекламных текстов.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Тема 4. Язык изобразительной рекламы и его специфика. Дизайн рекламы	Невербальные компоненты рекламного текста. Визуально-графические компоненты рекламы: шрифт, семантика цвета, иллюстрация, макетирование и др. Значение символа в создании визуальных образов рекламы. Функции дизайна в рекламе. Рекламная идея и ее структура. Рекламная концепция. Рекламный образ. Типология дизайна.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Тема 5. Жанры рекламы	Объявление – реклама – рекламное объявление (к уточнению характеристики жанра). Имплицитный смысл номинативного рекламного объявления. Жанр рекламного объявления в аспекте его коммуникативных, речевых и языковых характеристик. Информационные, аналитические и публицистические жанры рекламы. Лингвистика жанра	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Тема 6. Стилистические аспекты современной рекламы	Речевая структура модульного текста. Основные характеристики модульного текста. Модульный текст в семиотическом аспекте. Стилистическая дифференциация рекламных текстов. Особенности использования функциональных стилей в зависимости от тематики, вида, жанра и размещения рекламного произведения, а также целевой аудитории. Языковые средства, используемые для создания образности: тропы (метафоры, метонимии, синекдохи, гиперболы и др.); фигуры речи (анафора, эпифора, градация, риторический вопрос и др.). Стилиевые приемы, используемые при создании рекламного текста: прецедентный текст, цитация, контраст и др. Стилиевые принципы создания рекламного текста: краткость, конкретность, точность, логичность, убедительность, простота и доходчивость, оригинальность,	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
	выразительность и др. Стилистический прием повтора.	
Тема 7. Фонетика рекламного текста	Звуковой образ рекламного текста. Фонетическая организация рекламного текста. Проблема благозвучности. Звукопись. Использование при создании рекламного текста приема аллитерации. Созвучие, рифма, ритм, графические выделения (слова-матрешки), омонимы, каламбуры и другие приемы, используемые в рекламном тексте. Фонетические приемы в слоганах	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Тема 8. Лексика рекламного текста	Лексико-фразеологическая организация рекламного текста. Специфика использования различных частей речи. Словарь копирайтера. Обращение в рекламе к фразеологизмам. Использование в рекламных текстах неологизмов, синонимов, антонимов. Абстрактные и конкретные слова в рекламе.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Тема 9. Синтаксис рекламного текста	Синтаксические приемы организации рекламного текста. Номинативные предложения. Модальность предложения в рекламе. Вопросно-ответные конструкции. Риторические обращения. Восклицательные предложения. Сегментированные конструкции. Симметричная конструкция предложения. Открытые конструкции. Использование разговорного синтаксиса в рекламных текстах.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Тема 10. Реклама и языковая игра	Философское осмысление феномена игры. Игровая природа рекламной коммуникации. Игра как средство повышения эффективности рекламной коммуникации. Понятие нормы в рекламном тексте. Интертекстуальность рекламы. Слоган как самый интертекстуально насыщенный элемент рекламного текста. Прецедентные тексты как источник интертекстуальности в рекламе. Связь прецедентных текстов с языковой игрой и пародированием в рекламе. Прототексты в рекламном дискурсе: пословицы и поговорки, афоризмы и крылатые выражения, песни и классические музыкальные произведения, художественная литература, кино- и мультфильмы, фрагменты политического дискурса, произведения живописи, другие рекламные тексты и т.д. Функции прецедентных текстов в рекламе. Типология прецедентных рекламных текстов. Игровые модели рекламного обращения. Фонетическая игра в рекламе. Способы реализации графической игры в рекламном тексте. Морфологическая игра в рекламе. Словообразовательная игра: окказиональные способы и приемы создания новых слов в рекламе и др. Обыгрывание неоднозначности в рекламном тексте: намеренная и ненамеренная речевая неоднозначность, создание многозначности через омонимию (игра с антропонимами, топонимами, названиями и т.д.). Игра слов и изображения.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1
Тема 11. Язык рекламы и речевая	Функции языка рекламы: когнитивная, информационная, семиотическая, коммуникативная, аксиологическая,	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
культура современного общества	регулятивная (нормативная) и др. Влияние языка рекламы на развитие русского языка. Реклама как потребитель и как источник выразительных ресурсов русского языка. Отрицательное воздействие рекламы на речь: грамматические ошибки, нарушение норм; негативное воздействие на сознание, мировоззрение; ошибочная трактовка адресата и др. Навязчивость современной российской рекламы, способствующей распространению и закреплению речевых аномалий в массовом сознании. Непрерывное развитие и усложнение языка рекламы, постепенное обособление его как самостоятельной части русского языка. Культура речи и этика в рекламных произведениях различных жанров.	
Тема 12. Литературное редактирование рекламного текста	Текст как объект литературного редактирования. Виды редактирования. Виды редакторского чтения. Виды и операции правки. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации. Критерии оценки правильности речи. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения. Стилистические ошибки и способы их редактирования. Коммуникативные ошибки. Особенности редактирования модульного текста. Типичные фонетические погрешности. Ошибки в графической организации рекламного текста. Наиболее распространенные лексико-фразеологические, семантические и синтаксические ошибки в рекламе.	ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1

## РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

**Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:**

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий ; техническими средствами обучения: компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

#### **Основная литература:**

1. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497532>

#### **Дополнительная литература:**

1. Лекант, П. А. Русский язык : справочник для среднего профессионального образования / П. А. Лекант, Н. Б. Самсонов ; под редакцией П. А. Леканта. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 246 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06698-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487326>

2. Голуб, И. Б. Русский язык и практическая стилистика. Справочник : учебно-справочное пособие для среднего профессионального образования / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 355 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10264-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495202>

### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

#### РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законы построения логически верной, аргументированной, ясной, точной устной и письменной речи;</li> <li>- психолингвистические особенности аудиальной и визуальной рекламы;</li> <li>- специфику рекламного текста, основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы;</li> <li>- жанры рекламы, их стилистические и стилевые аспекты;</li> <li>- основы профессиональной этики в рекламных произведениях .</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.</p> <p>Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.</p> <p>Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.</p> <p>Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p> <p>Оценка результатов выполнения аналитических заданий.</p> <p>Оценка других форм контроля (контрольные работы).</p> <p>Оценка результатов экзамена.</p>
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать рекламные тексты разных жанров;</li> </ul>	<p>Оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно</p>	<p>Оценка результатов устного и письменного опроса.</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Методы оценки
<p>- осуществлять литературное редактирование рекламного текста.</p>	<p>и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.  Оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.  Оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.  Оценку <b>«неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.</p>	<p>Оценка результатов выполнения аналитических заданий.  Оценка других форм контроля (контрольные работы).  Оценка результатов экзамена.</p>





Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ  
ПРОДУКЦИИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель

А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК

Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

(подпись)

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1 Область применения рабочей программы .....	4
1.2 Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы.....	4
1.3 Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля .....	4
1.4 Количество часов на освоение программы профессионального модуля .....	4
РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	6
РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
3.1 Структура профессионального модуля .....	9
3.2 Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ).....	10
РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	16
4.1. Материально-техническое обеспечение.....	16
4.2. Информационное обеспечение обучения.....	17
4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса .....	18
РАЗДЕЛ 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....	19

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **1.1. Область применения рабочей программы**

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) Разработка и создание дизайна рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК 1.1 – ПК 1.5) и общих компетенций (ОК 01- ОК 11).

### **1.2. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы**

Профессиональный модуль «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### **1.3. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля**

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» должен:

#### **Иметь практический опыт:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

#### **Уметь:**

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

#### **Знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

### **1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Учебным планом для профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции по очной форме обучения определено:

Объем образовательной нагрузки – 524 часа,

в том числе в форме практической подготовки 125 часов.

Объем работ обучающихся во взаимодействии с преподавателями – 324 часа;  
самостоятельная работа студента – 200 часов.

Учебная практика – 72 часа;

в том числе в форме практической подготовки 72 часа.

Производственная практика (по профилю специальности) - 216 часов.

в том числе в форме практической подготовки 216 часов.

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

ПМ.01 – экзамен по модулю (5 семестр)

Междисциплинарный курс Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.01 – зачет с оценкой (3 семестр), другие формы контроля (контрольные работы в 1, 2 и 4 семестрах)

Междисциплинарный курс Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.01.02 – экзамен (3 семестр), другие формы контроля (контрольные работы во 2 и 4 семестрах)

Учебная практика УП.01.01 – зачет с оценкой (2 семестр)

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.01.01 – зачеты с оценкой (3, 4 и 5 семестры)

## РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является овладение обучающимися видом деятельности «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
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 личного 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
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

**В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

<b>Иметь практический опыт</b>	выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию
<b>Уметь</b>	осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты
<b>Знать</b>	выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя

В результате освоения профессиональных компетенций по видам деятельности в качестве результата образования ФГОС СПО выпускник специальности 42.02.01 Реклама должен обладать профессиональными компетенциями, необходимыми для выполнения обобщенных трудовых функций и трудовых функций, соответствующих уровню квалификации.

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ

Индекс	Содержание
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании



### РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки (часов)	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3		4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.5	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	262	84	168	168		94			
ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 1.4	Раздел 2. Разработка творческой концепции рекламного продукта	262	41	156	82	-	106	-		
ПК 1.1 - ПК 1.5	Учебная практика	72	72						72	
ПК 1.1 – ПК 1.5	Производственная практика (по профилю специальности)	216	216							
	Экзамен по модулю									
	<b>Всего:</b>	<b>812</b>	<b>413</b>	<b>324</b>	<b>250</b>	<b>-</b>	<b>200</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	<b>216</b>

### 3.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
ПМ 01.	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	812
МДК 1. Художественное проектирование рекламного продукта		262
Тема 1.1. Рекламный продукт как объект производства	<p><b>Содержание. Практические занятия</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса. Участники процесса</li> <li>2. Понятия «рекламный продукт», «рекламные технологии». Рекламные технологии как маркетинговые технологии.</li> <li>3. Информационные технологии в рекламе. Производственные технологии в рекламе. Творческие технологии рекламы.</li> <li>4. Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Основы психологии поведения потребителей. Технология создания рекламного обращения и рекламного продукта.</li> <li>5. Рекламная кампания как маркетинговая технология.</li> <li>6. Технология создания имиджа. Фирменный стиль как рекламная технология. Проектирование бренда.</li> <li>7. Рекламные психотехнологии. Продажа внутренних потребностей. Обольщение и провокация. Нейролингвистическое программирование.</li> <li>8. Соотношение понятий «рекламная стратегия», «рекламная идея», «креативный бриф». Цели и задачи креативного брифа.</li> </ol>	42
Тема 1.2. Концепция рекламного обращения	<p><b>Содержание. Практические занятия</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рекламное обращение: структура, цели, выбор формы. Виды рекламных обращений: информирующая, убеждающая, внушающая и напоминающая реклама. Цели и задачи рекламных обращений в соответствии с задачами маркетинга.</li> <li>2. Проблема определения целевой аудитории. Полоролевые и возрастные различия и их отражение при разработке рекламного продукта.</li> <li>3. Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.</li> <li>4. Коммерческая информация как основа рекламного обращения. Информация и ее интерпретация в рекламном обращении.</li> <li>5. Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении. Обращение рекламы к сознанию и подсознанию целевой аудитории. Логика и ассоциации в рекламном обращении.</li> <li>6. Творческая концепция. Концепция ROI (актуальность, оригинальность, воздействие).</li> <li>7. Рекламное обращение как основа формирования рекламного сообщения.</li> </ol>	50
	<b>Содержание. Практические занятия</b>	30

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов
1	2		3
<b>Тема 1.3. Структура и композиция рекламного обращения</b>	1. 2. 3. 4. 5. 6.	<p>Текст и национальная культура. Национально-культурные номинативные компоненты текста (слово, словосочетание, фразеологизм, афоризм, метафора).</p> <p>Художественная основа текста, технические средства воплощения. Сюжет, эмоции, изображение, звук. Принципы фрагментирования.</p> <p>Композиционное построение рекламного объявления как творческий процесс. Законы композиции – закон целостности, закон типизации, закон контрастов. Композиционные формы.</p> <p>Принципы взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.</p> <p>Монтаж как средство создания рекламного обращения.</p> <p>Технология исследования рекламного обращения.</p>	
<b>Тема 1.4. Язык рекламы: выразительные и художественно-образительные средства в рекламе</b>	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.	<p><b>Содержание. Практические занятия</b></p> <p>1. Особенности изобразительной части рекламного сообщения и требования к рекламе. Изобразительные средства рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.).</p> <p>2. Приемы привлечения внимания к рекламе: технические и технологические приемы, чертеж, разрез рекламируемого товара, реклама на одном шрифте, использование изображений женщин, детей, известных людей в рекламе, изображения животных в рекламе, юмор, фотоочерк и фоторепортаж. Другие приемы: фон, неопределенная форма, перевернутое положение, приемы сюрреализма и др. Утвердительные формулировки вместо отрицательных. Употребление глаголов в повелительном наклонении. Неупотребление форм сравнительной степени. Опорные слова.</p> <p>3. Выразительные средства речи: рифма, повтор слов, афористичность, метафоричность, новизна словоупотребления, антитеза. Прецедентный текст в рекламе и его источники.</p> <p>4. Речевое воздействие в рекламе: выразительность, легко запоминаемый текст, юмор, ирония, каламбур, и др.</p> <p>5. Семиотика рекламы. Семиотические знания и категории в рекламной деятельности.</p> <p>6. Семантика рекламного обращения. Использование метафоры и аналогии в рекламном тексте.</p> <p>7. Интертекстуальность и серийная реклама. Семиотический анализ рекламного сообщения.</p>	25
<b>Тема 1.5. Рекламный текст и рекламный слоган</b>	1. 2. 3.	<p><b>Содержание. Практические занятия</b></p> <p>1. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста. Цели и задачи рекламного текста. Композиция рекламного текста. Виды и классификация заголовков.</p> <p>2. Правила создания рекламного текста: привлечение внимания, интерес, доверие, желание, действие. Убедительность рекламного текста. Поэтика рекламного текста.</p> <p>3. Графический и пространственный дизайн рекламного текста. Рекламный текст на разных поверхностях. Текст в сети.</p>	25

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов
1	2		3
	4.	Рекламная аргументация. Главная идея. Позиционирование товара. Польза для потребителей. Роль торговой марки.	
	5.	Текст и визуальное воплощение. Текст и его адресат. Цельность текста. Роль заключительной фразы в рекламном тексте. Проблемы перевода рекламного текста.	
	6.	Понятие слогана. Основные различия слогана и заголовка. Функции слогана. Типы слогана. Корпоративные и товарные слоганы.	
	7.	Риторика слогана: фонетика, аллитерация, ритмика. Языковая игра в слогане. Критерии оценки слогана. Справочники и словари для разработки рекламного текста и слогана.	
	8.	Принципы создания текста для различных средств распространения рекламы и различных целевых аудиторий	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 01.</b>			94
<p style="text-align: center;"><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Реклама и маркетинговые технологии. Проектирование бренда.</li> <li>2. Информационные технологии в рекламе.</li> <li>3. Производственные технологии в рекламе.</li> <li>4. Творческие технологии рекламы.</li> <li>5. Психолингвистические технологии в процессе разработки рекламного продукта</li> <li>6. Рекламное обращение: структура, цели, выбор формы.</li> <li>7. Виды рекламных обращений: информирующая, убеждающая, внушающая и напоминающая реклама</li> <li>8. Цели и задачи рекламных обращений в соответствии с задачами маркетинга. Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.</li> <li>9. Проблема определения целевой аудитории. Учет гендерных и возрастных аспектов при разработке рекламного продукта</li> <li>10. Коммерческая информация, ее интерпретация в рекламном обращении</li> <li>11. Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении</li> <li>12. Творческая концепция. Концепция ROI (актуальность, оригинальность, воздействие)</li> <li>13. Рекламное обращение в контексте национальных культур.</li> <li>14. Художественная основа текста и технические средства его воплощения.</li> <li>15. Фрагментирование как технический прием.</li> <li>16. Монтаж как средство создания рекламного обращения.</li> <li>17. Законы композиции рекламного обращения – закон целостности, закон типизации, закон контрастов.</li> <li>18. Композиционные формы рекламного обращения.</li> <li>19. Принципы взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.</li> <li>20. Технология исследования рекламного обращения.</li> <li>21. Изобразительные средства рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.).</li> </ol>			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
	22. Приемы привлечения внимания к рекламе. 23. Особенности использования глаголов, утвердительных формулировок, опорных слов и выразительных частей речи в рекламе. 24. Семиотика рекламы. Семиотические знания и категории в рекламной деятельности. 25. Семантика рекламного обращения. 26. Семиотический анализ рекламного сообщения. 27. Рекламный текст: особенности, цели, задачи, композиция. 28. Виды и классификация заголовков. 29. Правила создания рекламного текста. Его убедительность, поэтика, аргументация. 30. Проблемы перевода рекламного текста. 31. Принципы создания текста для различных средств распространения рекламы и различных целевых аудиторий. 32. Понятие, функции и типологии рекламного слогана. 33. Использование приемов риторики и языковой игры в создании слогана. Критерии оценки слогана.	
<b>МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>		262
<b>Тема 2.1. Рекламная идея как основа рекламного обращения</b>	<b>Содержание</b>	54
	1. Понятия «рекламной идеи» и идеи бренда (торговой марки) – общее и различное. Рекламная идея, как инструмент развития «смысла бренда».	
	2. Цели и задачи оформления рекламной идеи. Рекламная идея как основа рекламного обращения.	
	3. Понятие рекламного образа.	
	4. Приемы и креативные техники рекламы как основа для формирования рекламной идеи (УТП, антропоморфизм, отстройка от конкурентов, усиление, символичность, самоприсоединение к группе, качественное искажения и т.п.).	
	5. Экономия и сжатие пространства и времени как принципы рекламной драматургии.	
	6. Звуковое решение рекламного фильма. Функции звука в рекламе (фоновая, символизирующая).	
	7. Слово и слоган в рекламе. Игровые модели рекламного обращения.	
	8. Типы телевизионных рекламных обращений. Рекламная телеинформация: рекламные фильмы, рекламные телепередачи.	
	9. Сюжетно-драматические и эмоционально-ассоциативные фильмы.	
	10. Соотношение изображения и текста в печатной рекламе.	
<b>Практические занятия</b>	56	
1. Понятия «рекламная идея», «идея бренда».		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов
1	2		3
	2.	Цели и задачи оформления рекламной идеи. Рекламная идея как основа рекламного обращения.	
	3.	Приемы и креативные техники рекламы как основа для формирования рекламной идеи.	
	4.	Основные принципы рекламной драматургии.	
	5.	Звуковые информационные коды в рекламе. Функции звука в рекламе.	
	6.	Музыкальный слоган, музыкальный логотип, рекламная песенка.	
	7.	Игра как средство повышения эффективности рекламной коммуникации.	
	8.	Игровые модели рекламного обращения.	
	9.	Языковая игра в рекламе. Нейминг как инструмент брендинга.	
	10.	Типы телевизионных рекламных обращений. Сюжетно-драматические и эмоционально-ассоциативные фильмы.	
<b>Тема 2.2. Креативные технологии в рекламе и СО</b>	<b>Содержание</b>		
	1	Креатив в рекламе. Технологии креатива. Составляющие креатива. Структура креатива	
	2	Создание комплексных проектов состоит из следующих этапов: Предварительная разработка и исследование различных подходов.	
	3	Маркетинговая, рекламная и медийная стратегии.	
	4	Рекламная кампания, рекламные сообщения и обращения.	
		<b>Практические занятия</b>	
1	Сценарная, эскизная и дизайн разработка.		
2	Технологическая проработка, бюджетирование и планирование реализации		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 01.</b>			106
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>			
1. Разработка креативной рекламной и PR-кампании для выбранной обучающимися сферы деятельности. Презентация сценария. 2. Разработка рекламного и PR-проекта для выбранной организации, предприятия, учреждения. Которая включает: 1. Разработка тактических мероприятий. 2. Составление медиа- плана. 3. Разработка рекламной продукции. 4. Разработка специальных PR-мероприятий.			
<b>Учебная практика</b>			72
<b>Виды работ:</b>			
1. Проектирование бренда.			
2. Создание рекламного обращения: структура, цели, выбор формы (рекламный продукт по выбору студента).			
3. Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.			
4. Проблема определения целевой аудитории. Учет гендерных и возрастных аспектов при разработке рекламного продукта (рекламный продукт			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
<p>по выбору студента).</p> <p>5. Анализ принципов взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении (рекламный продукт по выбору студента).</p> <p>6. Анализ изобразительных средств рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.). Рекламный продукт по выбору студента</p> <p>7. Семиотический анализ рекламного сообщения (рекламный продукт по выбору студента).</p> <p>8. Создание рекламного текста. Его убедительность, поэтика, аргументация. Перевод рекламного текста.</p> <p>9. Разработка сценария рекламного ролика (рекламный продукт по выбору студента).</p>		
<p><b>Производственная практика</b> <b>Виды работ:</b></p> <p>1. Разработка креативной рекламной и PR-кампании для выбранной обучающимися сферы деятельности (с учетом базы практики).</p> <p>2. Разработка рекламного и PR-проекта для выбранной организации, предприятия, учреждения. Которая включает:</p> <p>2.1. Разработка тактических мероприятий.</p> <p>2.2. Составление медиаплана.</p> <p>2.3. Разработка рекламной продукции.</p> <p>2. 4. Разработка специальных PR-мероприятий.</p> <p>3. Анализ применения различных технологий в рекламе: маркетинговые, информационные, производственные, творческие, психолингвистические (с учетом базы практики).</p> <p>4. Анализ применения различных видов информации в рекламной деятельности организации.</p> <p>5. Характеристика рекламных обращений организации.</p> <p>6. Анализ изобразительных средств рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.), применяемых организацией.</p>		216
	<b>Экзамен по модулю</b>	
	<b>Всего</b>	812

## **РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация программы профессионального модуля предусматривает следующие специальные помещения:

Кабинет проектирования рекламного продукта; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: набор красок (акварельные, гуашь, акриловые), набор кистей художественных, набор мелков, набор цветных карандашей, ватман, мольберт, табурет, подиум, шкаф, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Кабинет, оснащен перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, компьютер, принтер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Мини-типография, оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, резак для бумаги, рулонный ламинатор, бигговщик, переплетчик на пластиковую пружину, переплетчик на металлическую пружину, степлер, обрезчик углов, станок для лазерной резки, станок для фигурного резок пенопласта, раздаточный материал, фотофонарь, фотопинцеты, фотоувеличитель, лазерный принтер (цветной), компьютер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Багетная мастерская, оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, плиткорез, пневмо-инструмент, подъемник-распорка, просекатель для ппсо, резак для материала, рубанок кромочный, молоток, пробойник, установщик люверсов, фен высокотемпературный для сварки баннерной ткани, компрессор, метростат, нивелир, приспособление для снятия шероховатостей с применением жидкости, приспособление для снятия шероховатостей без применения жидкости, рамочный подъемник, смесительно-подающее устройство, универсальная интерактивная доска, установка для нанесения краски на металл, термошпцы пистолет клеевой, паяльник, фен строительный, шуруповерт, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)



## 4.2. Информационное обеспечение обучения

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

#### Основная литература:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>

#### Дополнительная литература:

1. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494767>

2. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11512-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495931>.

### Интернет-ресурсы:

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 лет.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	Знает и применяет методы психологического воздействия на потребителя	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой. Оценка результатов экзамена.  Оценка результатов выполнения практических (ситуационных) заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике. Оценка результатов экзамена по модулю.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Знает и применяет выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	Знает и сознательно выбирает тот или иной метод проектирования рекламного продукта	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Знает и применяет приемы и принципы составления рекламного текста	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Знает и применяет знания о композиции, шрифтовой и художественной графике в рекламе при создании рекламного продукта	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Знает и понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии; - демонстрирует интерес к будущей профессии;	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой. Оценка результатов экзамена.  Оценка результатов выполнения практических (ситуационных) заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике. Оценка результатов экзамена по модулю.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Готов к решению профессиональных задач: - распознает задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализирует задачу и/или проблему и выделять ее составные части; - определяет этапы решения задачи; - составляет план действий; - определяет необходимые ресурсы; - реализует составленный план; - делает анализ и коррекцию результатов собственной деятельности	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях;	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивает и контролирует ситуацию;</li> <li>- готов нести ответственность за принятые решения в рамках групповой, командной работы</li> </ul>	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<p>Осуществляет эффективный поиск необходимой информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет задачи для поиска информации;</li> <li>- определяет необходимые источники информации, планирует процесс поиска;</li> <li>- умеет структурировать получаемую информацию, выделять наиболее значимое в источниках информации;</li> <li>- способен оценить практическую значимость результатов поиска; оформить его результаты</li> </ul>	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>- знает и применяет современное программное обеспечение, необходимое для решения профессиональных задач</li> </ul>	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и применяет основные принципы делового общения;</li> <li>- использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности</li> </ul>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способен организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>- готов брать на себя ответственность за работу коллектива и команды и результат выполнения заданий;</li> </ul>	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осознанно ставит цели овладения различными видами профессиональной деятельности;</li> <li>- занимается самообразованием и саморазвитием при изучении профессиональных модулей</li> </ul>	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и понимает актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность;</li> <li>- проявляет интерес к инновациям, новым методам работы в профессиональной сфере</li> </ul>	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности; особенности деятельности рекламной</li> </ul>	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
профессиональной деятельности	организации в условиях рыночной экономики. - умеет определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	- владеет основами экологической, информационной и коммуникативной культуры; - владеет базовыми умениями общения на иностранном языке.	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель

А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК

Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

(подпись)

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1 Область применения рабочей программы .....	4
1.2 Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы.....	4
1.3 Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля .....	4
1.4 Количество часов на освоение программы профессионального модуля .....	4
РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
3.1 Структура профессионального модуля .....	9
3.2 Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ).....	11
РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	28
4.1. Материально-техническое обеспечение.....	28
4.2. Информационное обеспечение обучения.....	29
4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса .....	30
РАЗДЕЛ 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....	31



## РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 1.1. Область применения рабочей программы

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) «Производство рекламной продукции» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК 2.1 – ПК 2.3) и общих компетенций (ОК 01- ОК 11).

### 1.2 Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.02 Производство рекламной продукции входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### 1.3 Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции должен:

#### **Иметь практический опыт:**

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

#### **Уметь:**

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

#### **Знать:**

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.

### 1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Учебным планом для профессионального модуля ПМ.02 *Производство рекламной продукции* по очной форме обучения определено:

Объем образовательной нагрузки – 806 часов,

в том числе в форме практической подготовки 234 часа.

Объем работ обучающихся во взаимодействии с преподавателями – 580 часов;

самостоятельная работа студента – 226 часов.

Производственная практика (по профилю специальности) - 180 часов.  
в том числе в форме практической подготовки 180 часов.

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля Производство рекламной продукции:

ПМ.02 – экзамен по модулю (6 семестр)

Междисциплинарный курс Выполнение рекламных проектов в материале МДК.02.01 – зачет с оценкой (6 семестр), другая форма контроля (контрольная работа в 5 семестре)

Междисциплинарный курс Проектная компьютерная графика и мультимедиа МДК.02.02 – зачет с оценкой (6 семестр), другие формы контроля (контрольная работа в 5 семестре), курсовая работа (6 семестр)

Междисциплинарный курс Техника и технологии рекламной фотографии МДК.02.03 – экзамен (5 семестр), другие формы контроля (контрольные работы в 4 и 6 семестрах)

Междисциплинарный курс Техника и технологии рекламного видео МДК.02.04 – экзамен (6 семестр), другие формы контроля (контрольные работы в 4 и 6 семестрах)

Междисциплинарный курс Рекламный копирайтинг МДК.02.05 – другие формы контроля (контрольная работа в 6 семестре)

Междисциплинарный курс Организация и медийное сопровождение событий МДК.02.06 – другие формы контроля (контрольная работа в 4 семестре)

Междисциплинарный курс Современные технологии социальной рекламы и пиар МДК.02.07 – другие формы контроля (контрольная работа в 5 семестре)

Производственная практика ПП.02.01 – зачеты с оценкой (4, 5 и 6 семестры).

## РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции является овладение обучающимися видом деятельности Производство рекламной продукции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы
ПК 2.2	Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале
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 личного 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
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

**В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

<b>Иметь практический опыт</b>	<p>выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</p> <p>подготовки к производству рекламного продукта;</p> <p>производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</p>
<b>Уметь</b>	<p>осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</p> <p>разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;</p> <p>использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</p>
<b>Знать</b>	<p>технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;</p> <p>технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;</p> <p>технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>технологии создания Интернет-рекламы;</p> <p>аппаратное и программное обеспечение.</p>

В результате освоения профессиональных компетенций по видам деятельности в качестве результата образования ФГОС СПО выпускник специальности 42.02.01 Реклама должен обладать профессиональными компетенциями, необходимыми для выполнения обобщенных трудовых функций и трудовых функций, соответствующих уровню квалификации.

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
06.009	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
A	Организация распространения продукции СМИ
A/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
06.009	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
A	Организация распространения продукции СМИ
A/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
06.009	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
A	Организация распространения продукции СМИ
A/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
06.009	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
A	Организация распространения продукции СМИ

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
A/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании

### РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1 Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки (часов)	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3		4	5	6	7	8	9	10	
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3	Раздел 1. Выполнение рекламных проектов в материале	174	55	110	110		64				
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3	Раздел 2. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	152	33	102	66	12	50	12			
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3	Раздел 3. Техника и технологии рекламной фотографии	168	61	122	122		46				
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3	Раздел 4. Техника и технологии рекламного видео	174	61	122	122		52				
ПК 1.4, ПК 1.5	Раздел 5. Рекламный копирайтинг	34	9	34	18		-				
ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5 ПК 2.3	Раздел 6. Организация и медийное сопровождение	52	7	42	14		10				

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки (часов)	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	событий									
ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5 ПК 2.3	Раздел 7. Современные технологии социальной рекламы и пиар	52	8	48	16		4			
ПК 1.1 – ПК 1.5 ПК 2.1 – ПК 2.3	Производственная практика (по профилю специальности),	180	180						-	180
	Экзамен по модулю									
	<b>Всего:</b>	<b>986</b>	414	<b>580</b>	<b>468</b>	<b>12</b>	<b>226</b>	<b>12</b>	-	<b>180</b>

### 3.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
ПМ 02.	Производство рекламной продукции	986
МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале		174
Тема 1.1 Методика художественно-конструкторского объемного макетирования	<b>Содержание. Практические занятия</b>	
	1. <b>Введение. Роль макетирования в художественно-конструкторской деятельности.</b> Макетирование – средство выявления оптимальных вариантов композиции и компоновки, а также творческого поиска новых форм. Достоинства макетирования. Выбор материала для макета в связи с художественно конструкторской задачей. Основные макетные материалы и технология их обработки. Имитация макетных материалов (фактуры, цвета, блеска и др.) с целью приближения их внешнего вида к реальному изделию. Изучение приемов макетирования	30
	2. <b>Пространственная среда предмета.</b> Эстетическое содержание формобъемного макетирования. Новые функционально-технологические решения и их конструктивное обеспечение. Традиционные и современные конструктивные системы, трансформирующиеся ограждения и покрытия, конструкции специального и инженерного оборудования, элементы отделки и декоративных решений; материалы и особенности проектирования малых форм, благоустройства. Конструирование оборудования систем ландшафтного дизайна, монументально-декоративных решений. Принципы проектирования объектов дизайна в различных художественных системах: -разработка единичного образца промышленного продукта, предметно-пространственного комплекса; -разработка продукта промышленного производства в виде комплектов и коллекций.	
	3. <b>Эстетика и технологичность конструирования</b> Художественные средства построения композиции. Специфические композиционные свойства (художественные возможности) пластики. Наглядные примеры (в т. ч. исторические) использования пластических средств, графических средств, объединения графики и пластики с целью достижения художественной выразительности формы. Цвет в художественном конструировании.	
	4. <b>Художественное конструирование.</b> Художественно-конструкторский анализ: исследование исходной ситуации и построение объекта проектирования. Функционально-эргономический и конструктивно-технологический анализ.	



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
	<p>Композиционный анализ. Художественно-конструктивный синтез: функционально-эргономический поиск, работа над композицией изделия. Масштаб в художественном конструировании. Отбор оптимальных вариантов композиционных, цветографических, эргономических и др. решений. Рассмотрение проектируемого изделия как элемента целого комплекса изделий, окружающих человека в конкретной предметной среде.</p> <p>5. <b>Методика проектирования предмета.</b> Дизайн-проект и его стадии: задание на проектирование; предпроектные исследования; фор-эскиз и дизайн-концепция; эскизное проектирование; художественно-конструкторский проект; рабочий проект. Методы работы над проектами: метод комбинаторики; эвристический метод; эвристический метод, метод анализа; метод инверсии, метод деконструктивизма.</p> <p>6. <b>Эскизное проектирование.</b> наброски графически (или пластически) Проектирование двумя путями -«изнутри» и «извне». Эскизные варианты. <b>Объемное проектирование. Макетирование.</b> Материалы в макете: глина, пластилин, гипс, пенопласт, различные пластмассы, дерево, картон, бумага, пластически подвижные материалы, легко режущиеся материалы. Конструкция изделия. Воплощение в материале.</p> <p>7. <b>Виды и особенности макетов.</b> Черновые (поисковые) макеты. Чистовые макеты. Демонстрационные макеты. Сочетание демонстрационного макета и технической документации. Особенности макетов. <b>Выполнение проекта на планшете.</b> Иллюминированные (многоцветные) или отмытые чертежи тушью. Ортогональные проекции — вид спереди, вид сбоку, сверху и разрез.</p> <p>8. <b>Кинематическая схема.</b> Компонентная схема. Перспективное изображение. Светотень в передаче внешнего вида, облика. Модификация изделия. <b>Художественно-конструкторский проект.</b> Разработка узлов и элементов конструкций. Проверка осуществимости и целесообразности предложенных решений. Анализ с инженерных позиций.</p> <p>9. <b>Схема компоновки.</b> Выбор рациональных конструкционных материалов, оптимальной технологии изготовления изделий, унификации узлов и деталей. Отработка цветового решения изделия и фактуры поверхности. Выполнение моделей и макета в условном материале. Цвет, фактура материала, графические элементы. Пояснительная записка, схемы и расчеты. Чистовой макет.</p>	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
Тема 1.2 Формообразование	<b>Содержание. Практические занятия</b>	30
	1. <b>Общие правила технологического формообразования.</b> Факторы, влияющие на формообразование: функция данного элемента; конструктивные и технологические особенности реализации данного элемента; эргономические особенности элемента, образное, концептуальное и композиционное соответствие данного элемента всему комплексу. Объекты композиционного формообразования: визуальная, антропометрическая и материальная структура объекта.	
	2. <b>Понятие технологичности.</b> Основные факторы: правильный выбор материалов; оптимальность формы и размеров, входящих в изделие элементов (деталей и узлов); наименьшее количество используемых в конструкции наименований материалов и готовых изделий; малая материалоемкость изделий, максимальное использование нормализованных элементов и стандартных материалов; рациональное ограничение числа поверхностей с высокими требованиями к точности обработки и шероховатости.	
	3. <b>Объект - как основа формообразования. Основные методы формообразования.</b> Рациональность. Тектоника. Структурность. Гибкость. Целостность. Пластика формы. Органичность. Образность. <b>Систематизирующие методы формообразования</b> (модульность и комбинаторика). Преобразующие методы формообразования (стилизация и трансформация). <b>Трехмерные изображения.</b> Операции с трехмерными изображениями и отображение их на чертеже	
Тема 1.3. Требования к выбору материалов	<b>Содержание. Практические занятия</b>	30
	1. <b>Материалоемкость и компактность.</b> Показатель расхода материальных ресурсов в структуре себестоимости продукции. Оптимизация как выбор наилучшего варианта. Удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции. Коэффициент материальных затрат. Компактность и мобильность	
	2. <b>Безопасность и экономичность.</b> Характеристики: долговечность, морозостойкость, влагостойкость, биостойкость, стойкость против коррозии, огнестойкость. Возможности максимального безотходного использования и минимальной стоимости.	
	3. <b>Технологические требования к материалам.</b> Пластичность, легкоплавкость, жидкотекучесть, обрабатываемость резанием, термообрабатываемость, Формуемость и формоустойчивость, прочность, растяжимость, жесткость.	
	4. <b>Эксплуатационные требования к материалам</b> Прочность. Износостойкость.	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
	<p>Жесткость. Упругость. Антифрикционность. Электропроводность, Теплопроводность, коррозионная стойкость, жаропрочность, растяжение, сжатие, трение и др. и физико-химические воздействия: действие воды, света, погоды, тепла, холода и др.</p> <p>5. <b>Декоративные качества конструкционных материалов.</b> Цвет. Фактура. Текстура. Блеск. <b>Классификация отделочно-декоративных материалов.</b> Сайдинг. Керамогранит. Керамическая плитка. Гипсокартон. ДСП. ДВП. ЦСП. Панели ПВХ. Обои. Обои линкруст. СМЛ- Плиты. OSB- Жидкие обои- Панели МДФ. Алюкобонд. Штукатурка. Потолочные плитки из пенопласта. Зеркальные плитки. Стеклоблоки</p> <p>6. <b>Отделочные наружные и внутренние работы.</b> Декоративно-штукатурные отделки, выравнивание потолка и стен; отделка стен (плитка, покраска, облицовка, обои; отделка потолка (том числе монтаж натяжного); стяжка (выравнивание уровня пола); укладка напольного покрытия (плитка, ламинат, паркет или паркетная доска). <b>Наружные работы.</b> Облицовка, декоративная и обычная штукатурка.</p> <p>7. <b>Отделочные декоративные материалы.</b> Гипсокартон. Комплектующие для монтажа гипсокартона. Обои, стеклообои. Фотообои. Фотопанели. Штукатурка декоративная. Отделочные панели: ЦСП, ДСП, МДФ. <b>Отделочно-защитные покрытия.</b> Грунтовки. Шпатлевки. Порозаполнители и составы порозаполнителей. Лаки и политуры для прозрачной отделки. Краски и эмали для непрозрачной отделки. Олифы и другой современный материал</p> <p>8. <b>Структура дизайн - продукта как комплекс компонентов.</b> Стабильные и мобильные компоненты. <b>Тектоника формы. Форма и материал.</b> Объективные особенности функционально-технической компоновки объекта (принципы технического решения, его эффективность, новизна, рациональность конструкций и т.д.)</p> <p>9. <b>Тектоническая выразительность. Тектоническая структура.</b> Нацеленность визуальных предложений (композиционная структура, цветовая гамма, выразительность формы и пр.) <b>Стилистическое решение.</b> Классификация стилей в дизайне. Смысловое единство постоянных дизайнерских элементов, обеспечивающих визуальное восприятие товаров. Цветовые, графические, словесные, типографические элементы</p> <p>10. <b>Фирменный стиль и мода.</b> Понятие «фирменный стиль». Основные носители фирменного стиля. Эмблема, товарный знак. <b>Промышленный продукт.</b> Назначение промышленного продукта, предметно-пространственного комплекса.</p>	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
Тема 1.4. Выполнение эталонных образцов объектов	<p><b>Содержание. Практические занятия</b></p> <p>1. <b>Выполнение отдельных элементов эталонных образцов объектов в макете.</b> Основные приемы макетирования. Основные технологические операции при изготовлении макетов объемно-пространственных объектов. <b>Выполнение плоскостных композиций из линейных элементов.</b> Классификация плоских поверхностей. Вертикальные и горизонтальные плоские поверхности. Плоскость и виды пластической разработки поверхности в зависимости от классификации. Макетные приемы выявления и разработки поверхности. Средства, используемые для композиционного построения и выявления поверхности: разделение членений, сопоставление контрастных по форме поверхностей, соотношение массы и пространства, фактура и цвет.</p> <p>2. <b>Выполнение вертикальных плоскостных композиций из линейных элементов.</b> Фигуративность и орнаментальность изображения со сравнительно неглубоким рельефом. Нюансные соотношения между элементами  <b>Выполнение горизонтальных плоскостных композиций из линейных элементов.</b> Соотношение высот, перепады уровней, взаимодействие их отдельных частей.  <b>Выполнение пластических приемов разработки поверхности.</b> Пластическое решение поверхности с элементами объемной формы.</p> <p>3. <b>Разработка поверхностей с применением ордера.</b> Трансформация чертежа в выкройку-развертку с учетом обозначения линий на чертеже. <b>Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги.</b> Составные части макета. Разработка шаблонов по чертежам для изготовления макетов.</p> <p>4. <b>Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги.</b> Пластическая разработка горизонтальной плоскости, ландшафтный макет. Элементы жесткости. Жесткие пространственные каркасы. Способы соединения: встык (на ребро), при помощи отворотов краев бумаги. <b>Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов.</b> Объемное проектирование, разработка рельефа поверхности с применением пластичных материалов (гипс, пластические массы, пенопласт, пенополиуретан и т.д). Выбор материалов для выполнения макета рельефа с учетом их формообразующих свойств</p>	20

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов								
1	2	3								
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 1 ПМ 02.</b>		64								
<p style="text-align: center;"><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <p>Строительный чертёж. Чтение строительного чертежа. Фасад здания. План здания.  Разрез здания. Этапы чертежа. Простановка размеров. Содержание экспликации. Последовательность разработки технологической карты изготовления изделия. Описание последовательности выполнения операций. Выполнение графических изображений. Применяемые материалы, инструменты. Время, отводимое для каждой операции  Чертежи построения разверток геометрических тел. Развертка конуса, куба, призм, пирамиды, цилиндра. Чертежи разверток многогранников. Тетраэдр. Октаэдр. Икосаэдр. Додекаэдр.  Выполнение чертежей мебели. Детская мебель. Кухня. Гостиные. Прихожие. Мебель для ванной. Мягкая мебель. Дачная мебель. Шкафы-гардеробы. Шкафы-купе. Гарнитуры. Журнальные столики. Кабинеты. Чертежи фурнитуры мебели. Мебельная фурнитура, приборы для окон и дверей и крепежные изделия, опоры и мебельный погонаж различных профилей. Номенклатура мебельной фурнитуры. Приборы для окон и дверей: петли, ручки, замки, шпингалеты, завертки, затворки, задвижки, стяжки, фиксаторы, упоры, остановы, угольники и др  Чертежи мебельного декора. Стили фурнитуры: классический, модерн или минимализм. Этнический. Эксклюзивные элементы. Тематическая фурнитура. Декоративная фурнитура. Развертка стен интерьера. Фронтальная проекция стены и элементы, примыкающие к ней. Типы покрытий, отделки, размеры и расположение всех декоративных элементов, ниш, декоративных панно, бра, выступов. Чертежи разрезов. Сложные многоуровневые потолки, полы, стены.  Чертежи оборудования городского пространства. Скамьи. Урны. Цветочницы. Фонтаны. Технические рисунки оборудования городского пространства.</p>										
<b>МДК 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа</b>		152								
<b>Тема 2.1. Введение</b>	<p style="text-align: center;"><b>Содержание</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30px; text-align: center;">1.</td> <td>Предмет курса. Основная терминология. Краткая историческая справка. Значение курса.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2.</td> <td>История развития мультимедиа. Средства мультимедиа технологии. Области применения. Классы систем мультимедиа. Основные типы мультимедиа продуктов.</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;"><b>Лабораторные занятия</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30px; text-align: center;">1.</td> <td>Средства мультимедиа технологии. Области применения</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2.</td> <td>Классы систем мультимедиа. Основные типы мультимедиа продуктов.</td> </tr> </table>	1.	Предмет курса. Основная терминология. Краткая историческая справка. Значение курса.	2.	История развития мультимедиа. Средства мультимедиа технологии. Области применения. Классы систем мультимедиа. Основные типы мультимедиа продуктов.	1.	Средства мультимедиа технологии. Области применения	2.	Классы систем мультимедиа. Основные типы мультимедиа продуктов.	2
1.	Предмет курса. Основная терминология. Краткая историческая справка. Значение курса.									
2.	История развития мультимедиа. Средства мультимедиа технологии. Области применения. Классы систем мультимедиа. Основные типы мультимедиа продуктов.									
1.	Средства мультимедиа технологии. Области применения									
2.	Классы систем мультимедиа. Основные типы мультимедиа продуктов.									
<b>Тема 2.2. Основные понятия мультимедиа</b>	<p style="text-align: center;"><b>Содержание</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30px; text-align: center;">1</td> <td>Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов.</td> </tr> </table>	1	Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока.	2	Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов.	2				
1	Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока.									
2	Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов.									

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
Тема 2.3. Использование текста в мультимедиа системах	<b>Содержание</b>	2
	1 Специфика использования текста в мультимедиа продуктах. Гипертекст. Шрифты и их разделение по графической основе. Основные форматы текстовых файлов	
	<b>Лабораторные занятия</b>	10
1 Разработка гипертекстовых страниц с использованием CSS.		
Тема 2.4. Использование изображений в мультимедиа системах	<b>Содержание</b>	2
	1 Растровые, векторные и фрактальные изображения. Основные понятия растровой и векторной графики. Достоинства и недостатки разных способов представления изображений. Параметры растровых изображений. Разрешение. Глубина цвета. Тоновый диапазон. Классификация современного программного обеспечения обработки графики	
Тема 2.5. Компьютерная анимация	<b>Содержание</b>	2
	1 Физиологический аспект зрительного восприятия движения. Виды анимации. Анимация по ключевым кадрам, запись движения, процедурная анимация, программируемая анимация. ПО для создания анимации	
Тема 2.6. Анимация для Web	<b>Содержание</b>	2
	1 DHTML и объектная модель Web-Документа. Работа с анимацией посредством каскадных таблиц стилей (CSS) Возможности JavaScript для создания анимации на Web-страницы. Работа со слоями. Обработка событий. Action-Script - язык работы с приложениями Flash.	
	<b>Лабораторные занятия</b>	10
	1 Создание анимации с помощью JavaScript. 2 Разработка анимации в Adobe Flash.	
Тема 2.7. Представление 3D данных	<b>Содержание</b>	2
	1 Трехмерная графика и технология 3D моделирования. Преобразования в трехмерном пространстве. Получение реалистических 3D изображений. Алгоритмы удаление скрытых линий и поверхностей. Рендеринг. Расчет освещения. Наложение текстур. Тени и полупрозрачные объекты. ПО для построения и визуализации 3D модели. VRML - язык моделирования виртуальной реальности. Трехмерные и стереоскопические дисплеи.	
	<b>Лабораторные занятия</b>	20
	1 Создание VRLM сцен. 2 Построение 3D моделей.	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
<p align="center"><b>Тема 2.8. Видео. Звук</b></p>	<p align="center"><b>Содержание</b></p>	<p align="center">4</p>
	<p>1. Типы видеосигналов. Характеристики видеосигнала. Количество кадров в секунду. Чересстрочная развёртка. Разрешение. Соотношение сторон экрана. Количество цветов и цветовое разрешение. Битрейт или ширина видеопотока (для цифрового видео). Качество видео. Стереоскопическое видео. Форматы видеофайлов (AVI, MOV, MKW, SWF, MPG, 3GP). Методы сжатия видеоинформации. Форматы цифрового кодирования и сжатия: MJPEG, MPEG-1, MPEG-2, H.264, DivX, XviD. ПО для нелинейного видеомонтажа</p>	
	<p>2. Специфика использования звука в мультимедиа продуктах. Методы кодирования звука. Частотная модуляция. Дискретизация. Цифровая фильтрация звуковых сигналов. Форматы звуковых файлов (MP3). Методы синтеза звука. MIDI. ПО для обработки звука.</p>	
	<p align="center"><b>Лабораторные занятия</b></p>	
	<p>1   Обработка звука в Audacity или Adobe Soundbooth. 2   Анализ и конвертация видео данных с помощью VirtualDub. 3   Нелинейный видеомонтаж в Adobe Premier.</p>	
<p align="center"><b>Тема 2.9. Носители информации для хранения мультимедиа данных. Этапы и технология создания мультимедиа продуктов</b></p>	<p align="center"><b>Содержание</b></p> <p>1   Классификация носителей информации. Обзор существующих носителей мультимедиа данных: CD, DVD, Bluray. ПО для формирования и записи мультимедиа данных на носители информации</p> <p>2   Последовательность разработки продукта. Основные приемы и инструменты, используемые в мультимедиа-продуктах.</p>	<p align="center">2</p>
<p align="center"><b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 2 ПМ 02.</b></p>		<p align="center">50</p>
<p align="center"><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <p><b>Подготовка презентаций на тему:</b></p> <p>1. Стандарты мультимедиа PC. Видеоплата. Звуковая плата. Акустические системы. Шина AGP. Шины USB и FireWire. CD-ROM, CD-R и CD-RW. DVD-ROM. Устройства управления и указания. Цифровые фотоаппараты. Цифровое видео. Цифровое телевидение. Web-камера. Средства виртуальной реальности. MIDI-клавиатуры. Портативные устройства мультимедиа.</p> <p>2. Интерфейсы для подключения мультимедиа-устройств, MIDI.</p> <p>3. Графические ускорители и видеоплаты.</p> <p>4. Звуковая плата. Акустические системы.</p> <p>5. Шина AGP. Шины USB и FireWire.</p>		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
6. Устройства управления и указания. 7. Цифровые фотоаппараты. Цифровое видео. Web-камера. 8. Цифровое телевидение. 9. Средства виртуальной реальности. 10. Портативные устройства мультимедиа. MIDI-клавиатуры.		
<b>МДК 02.03. Техника и технологии рекламной фотографии</b>		168
<b>Тема 3.1. Техника фотографии</b>	<b>Лабораторные занятия</b>	20
	1. Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки	
	2. Основы экспонометрии	
	3. Свет и освещение	
<b>Тема 3.2. Технология фотографии</b>	<b>Лабораторные занятия</b>	60
	1 Основы фотокомпозиции.	
	2 Фотосъемка жанра.	
	3 Фотосъемка пейзажа.	
	4 Съёмка архитектуры и интерьера.	
	5 Фотосъемка натюрморта.	
	6 Фотосъемка портрета.	
	7 Спортивная съёмка.	
	8 Фотосъёмка животных.	
	9 Комбинированные съемки.	
<b>Тема 3.3. Обработка фотоматериалов</b>	<b>Лабораторные занятия</b>	22
	1 Черно-белые светочувствительные материалы.	
	2 Лабораторная обработка негативного фотоматериала.	
	3 Получение изображения. Основы позитивного процесса.	
	4 Фотография без фотоаппарата.	
	5 Дополнительная обработка фотографий.	
	6 Некоторые приемы фотопечати для получения особых эффектов. 7 Дефекты фотографического изображения, основы фоторетуши, архив.	



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
Тема 3.4. Цветная фотография	<b>Лабораторные занятия</b>	20
	1 Цветodelение и цветовоспроизведение.	
	2 Особенности съемки цветной фотографии.	
	3 Основы цифровой обработки фотоизображения и вывода их на печать	
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 3 ПМ 02.</b>		66
<p><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовить таблицу классификации фотоаппаратов</li> <li>2. Подготовить таблицу шкал для определения глубины резкости</li> <li>3. Составить экспозиционную таблицу</li> <li>4. Произвести сюжетную съемку. Анализ фотографии</li> <li>5. Произвести съемку с использованием символов.</li> <li>6. Съемка жанрового портрета. Анализ фотографии</li> <li>7. Съемка пейзажа. Анализ фотографии</li> <li>8. Съемка интерьера. Анализ фотографии</li> <li>9. Съемка натюрморта. Анализ фотографии</li> <li>10. Съемка портрета. Анализ фотографии</li> <li>11. Спортивная съемка. Анализ фотографии</li> <li>12. Съемка животных. Анализ фотографии</li> <li>13. Комбинированная съемка. Анализ фотографии</li> <li>14. Фоторепортаж. Репортажная съемка. Анализ фотографий</li> <li>15. Подготовить презентацию «Эффекты в фотопечати»</li> <li>16. Съемка авторского проекта. Анализ фотографии. Монтаж фотографий</li> </ol>		
<b>МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео</b>		174
<b>Тема 4.1. Кино и телевидение – виды экранного пространственно-временного искусства</b>	<b>Лабораторные занятия</b>	20
	1. История и предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги	
	2. Виды экранного искусства, основные законы, пространство экрана и времени	
	3. Кино и телевидение	
	4. История телевизионного ролика; природа и функции рекламного ролика	
	5. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
<b>Тема 4.2. Технические средства видеосъемки</b>	<b>Лабораторные занятия</b>	32
	1   Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения	
	2   Съемка статичной и движущейся камерами.	
	3   Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика.	
	4   Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы	
<b>Тема 4.3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции</b>	<b>Лабораторные занятия</b>	60
	1.   Разработка рекламного ролика	
	2.   Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса	
	3.   Съемочный процесс	
	4.   Видеомонтаж, кадр и монтаж	
	5.   Художественно-документальный образ, актер, пространство	
	6.   Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на натуре	
	7.   Невидимый художник (оформление материала)	
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 4 ПМ 02.</b>		52
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовить обзор источников на тему: «Телевидение как вид искусства: телевизионный фильм, информация и реклама»</li> <li>2. Подготовить доклад об истории рекламного ролика.</li> <li>3. Подготовить обзор видов съемочной аппаратуры.</li> <li>4. Подготовить схему анализа фотокамеры и видеокамеры.</li> <li>5. Подготовить обзор пленочного и цифрового оборудования.</li> <li>6. Подготовить обзор творческих возможностей приемов съемки.</li> <li>7. Подготовить схему панорамы.</li> <li>8. Подготовить сценарный план.</li> <li>9. Подготовить доклад об изобразительных особенностях оптики</li> <li>10. Подготовить схему анализа источников света.</li> <li>11. Написать сюжет для съемки</li> <li>12. Подготовить сценарий рекламного ролика.</li> <li>13. Снять учебный рекламный сюжет.</li> <li>14. Подготовить сценарий. Подобрать актеров для съемки.</li> </ol>		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
15. Подготовка операторской раскадровки. 16. Подготовить доклад об операторской технике. 17. Подготовить доклад о выразительных средствах монтажа. 18. Выучить устройство монтажной системы. 19. Подготовить схему монтажа. 20. Подготовить доклад о звуковых элементах. 21. Подготовить доклад о приемах фокусировки внимания. 22. Подготовить эскизы декораций. 23. Подготовить текст для титров. 24. Подготовить звуковой ряд. 25. Подготовить вопросы к интервью.		
<b>МДК.02.05. Рекламный копирайтинг</b>		34
<b>Тема 5.1. Понятие копирайтинга</b>	<b>Содержание</b> 1 Понятие копирайтинга в широком и узком смыслах. 2 Роль, место и обязанности копирайтера в системе рекламного агентства и других рекламных структурах. Особенности взаимодействия копирайтера с другими специалистами по рекламе и представителями рекламодателя: этико-правовой аспект и проблема делового общения. Требования к уровню подготовки копирайтера.	4
<b>Тема 5.2. Речевое воздействие и технология аргументации в рекламе</b>	<b>Содержание</b> Широкое и узкое понимание речевого воздействия. Проблема соотношения понятий – «воздействие», «влияние», «управление», «манипулирование». Предпосылки речевого воздействия (психологические, социальные, когнитивные, лингвистические и другие). Фонетический и грамматический потенциал языка при речевом воздействии. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект. Понятие, стили и типологии аргументации. Аргументации и успешность рекламного сообщения.	10
	<b>Практические занятия</b> 1 Речевое воздействие и его предпосылки (психологические, социальные, когнитивные, лингвистические и другие). 2 Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект.	6

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов
1	2		3
	3	Аргументации и успешность рекламного сообщения.	
Тема 5.3. Оптимизация рекламного текста	<b>Содержание</b>		14
	1	Понятие оптимизации текста. Поисковая оптимизация текста. Оптимизация рекламного текста	
	2	Поисковая оптимизация как инструмент продвижения товара, услуги. Работа с платформами ЯндексДирект	
	3	Торговая карточка товара/услуги как объект поисковой оптимизации.	
	4	Оптимизация рекламного текста для аккаунтов/блогов/влогов в социальных сетях	
	<b>Практические занятия</b>		14
	1	Поисковая оптимизация как инструмент продвижения товара, услуги. Работа с платформами ЯндексДирект	
2	Торговая карточка товара/услуги как объект поисковой оптимизации		
3	Оптимизация рекламного текста для аккаунтов/блогов/влогов в социальных сетях		
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 5 ПМ 02.</b>			-
МДК.02.06. Организация и медийное сопровождение событий			52
Тема 6.1. История медиа	<b>Содержание</b>		6
	1	История медиа: Традиция. Определение. Медиа и техника в первобытном и традиционном обществе. Письмо. Печать.	
	2	История медиа: Industrial. Индустриальное общество. Эпоха производства. Фотография. Кино. Медиа и искусство.	
	3	История медиа: Медиа XXI. История компьютера и Интернета. Информационное общество. Новые пространства культуры.	
	4	Медиа и революция. Франкфуртская школа. Масс медиа и манипуляция, контроль и уклонение. Осмысление отношений власти и медиа.	
5	Философия техники или как все начиналось. Медиа технологии в философии. Хайдеггер и русские инженеры. Европейская академическая традиция анализа медиа - удача или поражение?		
Тема 6.2. Мега-ивент как элемент общественной жизни	<b>Содержание</b>		4
	1	Мега-ивент как элемент креативной экономики 1970-1990-ые гг.	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов
1	2		3
	2	Мега-ивент как элемент культурной политики. Взаимодействие акторов мега события в политическом пространстве	
	3	Инклюзивность мега событий страны: социальный, культурный, экономический и символический капиталы населения	
	4	Мега событие как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций: теоретический аспект	
Тема 6.3. Стратегический менеджмент мега события	<b>Содержание</b>		8
	1	Стратегический менеджмент мега события: ивент-дизайн и событийный маркетинг	
	2	Экономические основы организации мега-ивентов	
	3	Основы планирования мега события: креативные методики, брендинг конгрессно-выставочной сферы и спортивных глобальных ивентов	
	4	Организация и планирование конгрессно-выставочных мега-ивентов	
	5	Основные направления стратегического коммуникационного менеджмента мега события: работа со СМИ, партнерами, спонсорами	
	6	Интегрированные маркетинговые коммуникации в организации мега-ивентов: Олимпийские игры	
	Тема 6.4. Технологии привлечения средств/ресурсов на социально-значимое мега-событие	<b>Практические занятия</b>	
1		Основы планирования мега события: креативные методики, брендинг конгрессно-выставочной сферы и спортивных глобальных ивентов	
2		Интегрированные маркетинговые коммуникации в организации мега-ивентов: Олимпийские игры	
<b>Содержание</b>		4	
1			Фандрайзинг, спонсорство и благотворительность как технологии привлечения средств на социально-значимое мега-событие
2	Управление человеческими ресурсами: тайм-менеджмент, риск-менеджмент		
3	Волонтерский менеджмент при проведении крупных событий		
Тема 6.5. Репутационный менеджмент	<b>Содержание</b>		4

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов
1	2		3
	1	Основные проблемы репутационного менеджмента. Методы исследования репутации (репутационный аудит). Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения	
	2	Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией. Особенности управления репутацией территории	
	<b>Практические занятия</b>		2
	1	Методы исследования репутации (репутационный аудит).	
<b>Тема 6.6. Работа со СМИ в рамках общественных проектов</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Организация работы. Управление информацией. Структура информационной работы с внешней аудиторией. Типичные ошибки в работе со СМИ.	
	<b>Практические занятия</b>		2
	1	Составление пресс-релиза	
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 6 ПМ 02.</b>			10
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Медиапланирование 2. Медиа-карта 3. Целевые аудитории мега-ивента 4. Технология работы с аудиториями. Структура информационной работы с внешней аудиторией 5. Управление информацией. Каналы передачи сообщения. Форма подачи материалов 6. Пресс-конференция			
<b>МДК.02.07. Современные технологии социальной рекламы и пиар</b>			52
<b>Тема 7.1. Социальная реклама и её базовые понятия.</b>	<b>Содержание</b>		4
	1	Социальная реклама и её базовые понятия. Социальная реклама: определения, сущность, историческая ретроспектива развития	
	2	Отличие социальной, общественной, коммерческой, некоммерческой рекламы	
	3	Место и роль социальной рекламы в системе связей с общественностью в социальной сфере	
	4	Социальные рекламные кампании в современной России и мире и анализ их эффективности.	
	<b>Практические занятия</b>		2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов
1	2		3
	1	Социальные рекламные кампании в современной России и мире и анализ их эффективности. Основные риторические навыки и умения оратора.	
Тема 7.2. Социальная реклама как PR-технология в социальной сфере.	<b>Содержание</b>		6
	1	Корпоративная социальная ответственность и ее значение для развития и совершенствования социальной сферы. Модели взаимодействия бизнеса, органов власти местного самоуправления в социальной сфере и их эффективность.	
	2	Социальное партнерство и его актуальность в решении проблем социальной сферы.	
	3	Социальные технологии как инструмент достижения взаимопонимания и гармоничных отношений с социальной общественностью	
	<b>Практические занятия</b>		
1	Социальные технологии как инструмент достижения взаимопонимания и гармоничных отношений с социальной общественностью	2	
Тема 7.3. Социальная ответственность общества средствами рекламы и PR.	<b>Содержание</b>		4
	1	Организация PR-службы в медицинских учреждениях, ее актуальность и востребованность в коммерческих и некоммерческих учреждениях. Сущность деятельности PR-специалиста в системе здравоохранения.	
	2	Пропаганда и утверждение здорового образа жизни средствами PR Формирование общественного мнения и проведение PR-кампаний в поддержку системы здравоохранения / реформы системы здравоохранение на практических примерах.	
	<b>Практические занятия</b>		
1	Пропаганда и утверждение здорового образа жизни средствами PR Формирование общественного мнения и проведение PR-кампаний в поддержку системы здравоохранения / реформы системы здравоохранение на практических примерах.	2	
Тема 7.4. Основные характеристики социальной рекламы в коммерческой сфере	<b>Содержание</b>		4
	1	Взаимопонимание между коммерческой организацией и общественностью. Стратегическая направленность PR-деятельности. Место PR в организационной структуре управления.	
	2	Место социальной рекламы в коммерческой сфере. Тематика социальной рекламы в коммерческой сфере. Специфика социальной рекламы в коммерческой сфере.	
Тема 7.5. Спонсорство и благотворительность как социальный	<b>Содержание</b>		10
	1	Спонсорство: определение, основные характеристики. Цели и формы спонсорства.	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
фандрайзинг		6
	2   Спонсоринг.	
	3   Благотворительность: определение, специфика, общие и частные цели и принципы.	
	3   Спонсорство и благотворительность: общее и отличное. Основные сферы благотворительности и спонсорства	
	<b>Практические занятия</b>	
1   Спонсоринг		4
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 7 ПМ 02.</b>		
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Отличие социальной, общественной, коммерческой, некоммерческой рекламы 2. Социальные рекламные кампании в современной России и мире и анализ их эффективности. 3. Основные риторические навыки и умения оратора. 4. Модели взаимодействия бизнеса, органов власти местного самоуправления в социальной сфере и их эффективность. 5. Co-creation		
<b>Производственная практика</b> <b>Виды работ:</b> 1. Анализ фото- и видеоконтента организации. 2. Разработка и выполнение рекламного продукта в материале. 3. Разработка средствами компьютерной графики рекламного продукта/элементов рекламного продукта. 4. Написание рекламного текста с элементами поисковой оптимизации. 5. Характеристика целевой аудитории организации как объекта мега-ивента. 6. Анализ рекламной деятельности организации по видам применяемой рекламы.		180
<b>Экзамен по модулю</b>		
<b>Всего</b>		986



## **РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Материально-техническое обеспечение**

**Реализация программы профессионального модуля предусматривает следующие специальные помещения:**

Кабинет проектирования рекламного продукта; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: набор красок (акварельные, гуашь, акриловые), набор кистей художественных, набор мелков, набор цветных карандашей, ватман, мольберт, табурет, подиум, шкаф, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Фотолaborатория; фотостудия, видеостудия; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); материалами учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: принтер, профессиональный фотоаппарат, фотоувеличитель, профессиональная лампа для фото и видео съемки, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Лаборатория информационных и коммуникационных технологий; лаборатория информатики и вычислительной техники; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом), материалами учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: проектор, экран, сканер, принтер, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Кабинет, оснащен перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, компьютер, принтер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Мини-типография, оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, резак для бумаги, рулонный ламинатор, бигговщик, переплетчик на пластиковую пружину, переплетчик на металлическую пружину, степлер, обрезчик углов, станок для лазерной резки, станок для фигурного резок пенопласта, раздаточный материал, фотофонарь,

фотопинцеты, фотоувеличитель, лазерный принтер (цветной), компьютер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Багетная мастерская, оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, плиткорез, пневмо-инструмент, подъемник-распорка, просекатель для ппсо, резак для материала, рубанок кромочный, молоток, пробойник, установщик люверсов, фен высокотемпературный для сварки баннерной ткани, компрессор, метростат, нивелир, приспособление для снятия шероховатостей с применением жидкости, приспособление для снятия шероховатостей без применения жидкости, рамочный подъемник, смесительно-подающее устройство, универсальная интерактивная доска, установка для нанесения краски на металл, термощипцы пистолет клеевой, паяльник, фен строительный, шуруповерт, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

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

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

##### **Основная литература:**

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>
3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>

##### **Дополнительная литература:**

1. Колошкина, И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для вузов / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12341-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490997>

2. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495395>

3. Чекмарев, А. А. Черчение : учебник для среднего профессионального образования / А. А. Чекмарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 275 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09554-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491225>

4. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496365>

#### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 лет.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<b>ПК 1.1.</b> Осуществлять поиск рекламных идей	- знает и применяет методы психологического воздействия на потребителя	Оценка результатов устного и письменного опроса.
<b>ПК 1.2.</b> Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	- знает и применяет выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы	Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой.
<b>ПК 1.3.</b> Разрабатывать авторские рекламные проекты	- знает и сознательно выбирает тот или иной метод проектирования рекламного продукта	Оценка результатов экзамена.
<b>ПК 1.4.</b> Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	- знает и применяет приемы и принципы составления рекламного текста	Оценка результатов защиты курсовой работы.
<b>ПК 1.5.</b> Создавать визуальные образы с рекламными функциями	- применяет знания о композиции, шрифтовой и художественной графике в рекламе при создании рекламного продукта	Оценка результатов выполнения практических (ситуационных) заданий.
<b>ПК 2.1</b> Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	- умеет осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - умеет осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике.
<b>ПК 2.2</b> Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии	- умеет использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; - умеет разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Оценка результатов экзамена по модулю.
<b>ПК 2.3</b> Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	- использует профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.	

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.	Знает и понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии; - демонстрирует интерес к будущей профессии;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Готов к решению профессиональных задач: - распознает задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализирует задачу и/или проблему и выделять ее составные части; - определяет этапы решения задачи; - составляет план действий; - определяет необходимые ресурсы; - реализует составленный план; - делает анализ и коррекцию результатов собственной деятельности	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой. Оценка результатов экзамена. Оценка результатов защиты курсовой работы. Оценка результатов выполнения практических (ситуационных) заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике. Оценка результатов экзамена по модулю.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях; - оценивает и контролирует ситуацию; - готов нести ответственность за принятые решения в рамках групповой, командной работы	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике.
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Осуществляет эффективный поиск необходимой информации: - определяет задачи для поиска информации; - определяет необходимые источники информации, планирует процесс поиска; - умеет структурировать получаемую информацию, выделять наиболее значимое в источниках информации; - способен оценить практическую значимость результатов поиска; оформить его результаты	Оценка результатов экзамена по модулю.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	- знает и применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - знает и применяет современное программное обеспечение, необходимое для решения профессиональных задач	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами	- знает и применяет основные принципы делового общения; - использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды	- способен организовывать работу коллектива и команды; - готов брать на себя ответственность за	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
(подчиненных), результат выполнения заданий.	работу коллектива и команды и результат выполнения заданий;	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- осознанно ставит цели овладения различными видами профессиональной деятельности; - занимается самообразованием и саморазвитием при изучении профессиональных модулей	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- знает и понимает актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность; – проявляет интерес к инновациям, новым методам работы в профессиональной сфере	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	- знает экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности; особенности деятельности рекламной организации в условиях рыночной экономики. - умеет определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	
ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	- владеет основами экологической, информационной и коммуникативной культуры; - владеет базовыми умениями общения на иностранном языке.	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель

А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол №10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК

Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



(подпись)

С.А. Королёв

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов



## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1 Область применения рабочей программы .....	4
1.2 Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы.....	4
1.3 Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля .....	4
1.4 Количество часов на освоение программы профессионального модуля .....	4
РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
3.1 Структура профессионального модуля .....	9
3.2 Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ).....	10
РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	19
4.1. Материально-техническое обеспечение.....	19
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: .....	20
4.2. Информационное обеспечение обучения.....	20
4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса .....	21
РАЗДЕЛ 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....	22

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **1.1. Область применения рабочей программы**

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК 3.1 – ПК 3.2) и общих компетенций (ОК 01- ОК 9).

### **1.2. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы**

Профессиональный модуль ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### **1.3. Цели и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» должен:

#### **Иметь практический опыт:**

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана.

#### **Уметь:**

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

#### **Знать:**

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

### **1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Учебным планом для профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» по очной форме обучения определено:

Объем образовательной нагрузки – 282 часа,

в том числе в форме практической подготовки 49 часов.

Объем работ обучающихся во взаимодействии с преподавателями – 192 часа;

самостоятельная работа студента – 90 часов.

Учебная практика-72 часа

в том числе в форме практической подготовки 72 часа.

Производственная практика (по профилю специальности) - 72 часа.

в том числе в форме практической подготовки 72 часа.

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта:

ПМ.03 – экзамен по модулю (5 семестр)

Междисциплинарный курс Маркетинг в рекламе МДК.03.01 – зачет с оценкой (3 семестр), экзамен (2 семестр)

Междисциплинарный курс Правовое обеспечение рекламной деятельности МДК.03.02 – зачет с оценкой (1 семестр)

Междисциплинарный курс Методика и методология исследований в сфере коммуникаций МДК.03.03 – другие формы контроля (контрольная работа в 4 семестре)

Междисциплинарный курс Продвижение продуктов и идей в сети интернет МДК.03.04 – другие формы контроля (контрольная работа в 5 семестре)

Учебная практика УП.03.01 – зачет с оценкой (2 семестр)

Производственная практика ПП.03.01 – зачеты с оценкой (4 и 5 семестры).

## РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта является овладение обучающимися видом деятельности «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
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 личного 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

**В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

<b>Иметь практический опыт</b>	- выявления требований целевых групп потребителей; - разработки средств продвижения рекламного продукта; - разработки маркетинговой части бизнес-плана.
<b>Уметь</b>	- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; - проводить сегментирование рынка; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.
<b>Знать</b>	- задачи, цели и общие требования к рекламе; - основные направления рекламной деятельности; - виды рекламной деятельности; - структуру рекламного рынка.

В результате освоения профессиональных компетенций по видам деятельности в качестве результата образования ФГОС СПО выпускник специальности 42.02.01 Реклама должен обладать профессиональными компетенциями, необходимыми для выполнения обобщенных трудовых функций и трудовых функций, соответствующих уровню квалификации.

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании

## РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 3.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки (часов)	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3		4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1, ПК 3.2	Раздел 1. Маркетинг в рекламе	104	16	64	32	-	40	-		
ПК 3.1, ПК 3.2	Раздел 2. Правовое обеспечение рекламной деятельности	54	9	34	18		20			
ПК 3.1, ПК 3.2	Раздел 3. Методика и методология исследований в сфере коммуникаций	42	9	34	18		8			
ПК 3.1, ПК 3.2	Раздел 4. Продвижение продуктов и идей в сети интернет	82	15	60	30		22			
ПК 3.1, ПК 3.2	Учебная практика	72	72						72	
ПК 3.1, ПК 3.2	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72							
	Экзамен по модулю									
	<b>Всего:</b>	<b>426</b>	193	<b>192</b>	<b>49</b>	<b>-</b>	<b>90</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

### 3.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
ПМ 03.	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	426
МДК 03.01. Маркетинг в рекламе		104
Тема 1.1 Методика художественно-конструкторского объемного макетирования	<b>Содержание</b>	
	1.	Место маркетинга в рекламе. Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные принципы маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная.
	2.	Рекламная деятельность: понятие, цели и задачи, основные направления. Взаимосвязь маркетинга и рекламы. Особенности использования маркетинга в рекламной деятельности.
	3.	Рынок. Классификация рынка. Субъекты рекламного рынка. Характеристика рекламного рынка. Развитие рекламного бизнеса в России.
	<b>Практические занятия</b>	
1	Характеристика рекламного рынка г. Москва / Подмосковья.	4
Тема 1.2 Маркетинговые исследования в рекламе	<b>Содержание</b>	
	1.	Маркетинговые исследования: понятие, цели, процедура проведения. Специфика маркетинговых исследований в рекламе. Основные направления маркетинговых исследований, необходимых для успешной рекламы.
	2.	Методы маркетинговых исследований потребительского рынка. Анализ деятельности субъектов рекламного рынка.
	3.	Изучение аудитории различных средств распространения информации. Фокус-группы.
	4.	Мониторинг рекламной информации в основных средствах распространения рекламы.
	5.	Ведущие международные и российские исследовательские фирмы в области рекламы
	6.	Сегментирование рынка и выявление целевых групп потребителей. Понятие сегментирования рынка, цели, используемые критерии.
	7.	Выявление целевой аудитории. Классификация целевой аудитории. Значение удачного



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	
1	2		3	
		выбора целевой аудитории для успешного проведения рекламной кампании.		
	8.	Проблема достоверности и доступности информации о целевых аудиториях, специфика их получения. Достижение целевой аудитории: понятие и способы		
	<b>Практические занятия</b>		8	
	1.	Создание проекта программы маркетинговых исследований		
	2.	Выявление целевых групп потребителей		
<b>Тема 1.3. Разработка комплекса маркетинговых мероприятий в области рекламы</b>	<b>Содержание</b>		4	
	1.	Основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий – разработка товаров и услуг, ценообразование, формирование каналов сбыта, стимулирование сбыта. Специфика комплекса маркетинга для рекламы.		
	2.	Рекламные услуги: понятие, классификация, основные формы реализации.		
	3.	Рекламный продукт: понятие, и требования, предъявляемые рынком к нему.		
	4.	Особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной		
	5.	кампании и средств распространения рекламы.		
	6.	Проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта.		
	7.	Порядок взаимоотношений между рекламодателями и производителями рекламы.		
		<b>Практические занятия</b>		4
		1	Создание рекламного сообщения, ориентированного для конкретной целевой группы	
<b>Тема 1.4. Ценообразование в рекламе</b>	<b>Содержание</b>		4	
	1.	Общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги. Факторы, влияющие на формирование цен в сфере рекламы.		
	2.	Основные тенденции в динамике цен на отечественном рекламном рынке. Расценки на услуги рекламных агентств. Стоимость исследовательских работ.		
	3.	Ценообразование в области производства рекламы в зависимости от средств распространения. Скидки и наценки к тарифам при размещении рекламы.		
	<b>Практические занятия</b>		6	
	1	Расчет стоимости рекламного продукта		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Тема 1.5. Маркетинговые коммуникации в рекламе	<b>Содержание</b>	6
	1 Маркетинговые коммуникации: понятие, их место в системе маркетинга. Основные виды маркетинговых коммуникаций и их использование в рекламной деятельности. Маркетинговые коммуникации, используемые рекламными агентствами.	
	2 Средства распространения рекламной информации и специфика применения отдельных элементов маркетинговых коммуникаций в рекламной деятельности: стимулирования спроса, личных продаж, публик рилейшнз, ярмарок и выставок. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки.	
Тема 1.6. Планирование рекламной деятельности	<b>Практические занятия</b>	4
	1 Формирование концепции ИМК для предложенных видов продуктов	
	Тема 1.6. Планирование рекламной деятельности	
1 Планирование рекламной кампании: понятие, цели, необходимость при осуществлении рекламной деятельности. Разработка стратегии рекламной кампании.		
2 Разработка планов маркетинга и рекламы. Планирование рекламного бюджета.		
3 Медиапланирование: понятие, виды, порядок организации и проведение работ по реализации		
<b>Практические занятия</b>		
1 Формирование плана маркетинга	4	
Тема 1.7. Контроль в системе маркетинга	<b>Содержание</b>	4
	1 Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе. Основные источники информации для проведения контроля. Понятие эффективности в рекламе.	
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 1 ПМ 03.</b>		40
<p style="text-align: center;"><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <p>Подготовить доклады на тему «История развития маркетинга», «История рекламы в России и за рубежом»  Собрать данные из СМИ о субъектах рекламного рынка г. Москва / Подмосковья.  Изучить примеры типовых анкет и методические указания по разработке анкет  Разработать анкету для проведения маркетинговых исследований  Составить список источников информации для выбора целевой аудитории  Подобрать из СМИ рекламные сообщения</p>		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
	<p>Проанализировать и определить целевые аудитории для данных рекламных сообщений</p> <p>Разработать сценарий работы с фокус-группой</p> <p>Составить список рекламных слоганов, используемых в рекламных сообщениях и проанализировать их с точки зрения достижения целевой аудитории.</p> <p>Оформить таблицу «Методы ценообразования: достоинства, недостатки, область применения»</p> <p>Сравнить и проанализировать прейскуранты цен на изготовление рекламного продукта рекламными агентствами г. Москва / Подмосковья</p> <p>Заполнить таблицу «Сравнительная характеристика элементов маркетинговых коммуникаций: реклама, публичность, стимулирование сбыта, личные продажи, ярмарки, выставки»</p> <p>Подготовить программу проведения презентации рекламного продукта</p> <p>Написать пресс-релиз для рассылки в СМИ</p>	
<b>МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности</b>		54
<b>Тема 2.1. Введение Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p>1. Дисциплина «Правовое обеспечение рекламной деятельности». Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»: цели, сфера применения, основные понятия, используемые ФЗ «О рекламе»</p>	2
<b>Тема 2.2. Общие требования к рекламе</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p>1. Законодательство РФ о рекламе. Общие требования к рекламе. Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама</p>	2
	<p><b>Практические занятия</b></p> <p>1. Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама</p>	4
<b>Тема 2.3. Защита несовершеннолетних в рекламе</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p>1. Защита несовершеннолетних в рекламе. Товары, реклама которых не допускается.</p> <p>2. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий</p> <p>3. Социальная реклама</p> <p>4. Срок действия рекламы</p>	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
	<p><b>Практические занятия</b></p> <p>1 Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий</p>	4
<p><b>Тема 2.4. Особенности отдельных способов распространения рекламы</b></p>	<p><b>Содержание</b></p> <p>1 Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах</p> <p>2 Реклама в периодических печатных изданиях</p> <p>3 Реклама распространяемая при кино и видеообслуживании</p> <p>4 Реклама распространяемая по сетям электросвязи</p> <p>5 Реклама на транспортных средствах и с их использованием</p> <p>6 Наружная реклама. Установка рекламных конструкций</p> <p><b>Практические занятия</b></p> <p>1 Особенности отдельных способов распространения рекламы</p>	4
<p><b>Тема 2.5. Особенности рекламы отдельных видов товаров</b></p>	<p><b>Содержание</b></p> <p>1 Реклама алкогольной продукции</p> <p>2 Реклама лекарственных средств. Реклама медицинских изделий, медицинских услуг, методов профилактики, диагностики и лечения</p> <p>3 Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания</p> <p>4 Реклама продукции военного назначения и оружия</p> <p>5 Реклама основанных на риске игр , пари</p> <p>6 Реклама финансовых услуг. Реклама ценных бумаг</p> <p>7 Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением</p>	4
<p><b>Тема 2.6. Саморегулирование в сфере рекламы</b></p>	<p><b>Содержание</b></p> <p>1 Саморегулируемые организации в сфере рекламы. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы</p>	2
<p><b>Тема 2.7. Государственный надзор в сфере рекламы. Ответственность за нарушение</b></p>	<p><b>Содержание</b></p> <p>1 Организация и проведение проверок в сфере рекламы. Решения и предписания антимонопольного органа по результатам рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Оспаривание решений и</p>	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов
1	2		3
законодательства Российской Федерации о рекламе		предписаний антимонопольного органа. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе	
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 2 ПМ 03.</b>			
<p style="text-align: center;"><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <p>Изучение рекомендованной литературы и анализ нормативно-правой базы, работа с лекционным материалом, составление таблицы «Сфера применения ФЗ «О рекламе», работа с ФЗ от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».</p> <p>Схема «Способы распространения рекламы»</p> <p>Составить сравнительную таблицу «Реклама отдельных видов товаров»</p> <p>Составление схемы, опорного конспекта, работа с правовыми источниками, таблицы «Права саморегулируемой организации в сфере рекламы»</p> <p>Составить схему «Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе»</p>			20
МДК 03.03. Методика и методология исследований в сфере коммуникаций			42
Тема 3.1. Связи с общественностью и реклама как предмет научного исследования	<b>Содержание</b>		2
	1	Понятие «научное исследование». Признаки научного исследования. Общая характеристика научных исследований. Соотношение теории и исследования (Р. Мертон). Научное исследование как деятельность, направленная на всестороннее изучение объекта, процесса или явления, их структуры и связей, а также получение и внедрение в практику полезных для человека результатов. Принципы научного исследования связей с общественностью	
	<b>Практические занятия</b>		
Тема 3.2. Методология исследования	1	Формальное и содержательное понимание методологии. Методология – система принципов научного исследования.	2
	2	Этапы развития исследований в связях с общественностью. Связи с общественностью и другие смежные виды деятельности: сходства и отличия.	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов
1	2		3
	3	Международный кодекс по практике маркетинговых исследований и социальных исследований. Социологические и иные службы в организационной структуре компании.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Международный кодекс по практике маркетинговых исследований и социальных исследований	
Тема 3.3. Методы исследования рекламы и связей с общественностью	2	Социологические и иные службы в организационной структуре компании.	4
	<b>Содержание</b>		
	1	Классификация методов исследования процессов в рекламе и связях с общественностью. Количественные и качественные методы исследования.	
	2	Методика анализа данных. Измерение как моделирование реальности. Виды шкал.	
	3	Способы сбора и анализа информации. Возможности использования традиционных методов в изучении рекламы.	
	4	Специфика эксперимента среди других методов сбора данных. Экспериментальные планы. Критерии и оценка качества данных, полученных в эксперименте.	
	5	Источники статистической информации. Группировка и сводка статистических наблюдений	
	6	Математические методы анализа и интерпретации данных исследования. Методы математического моделирования в исследовании процессов.	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Классификация методов исследования процессов в рекламе и связях с общественностью. Количественные и качественные методы исследования.	
	2	Методика анализа данных. Измерение как моделирование реальности. Виды шкал.	
	3	Способы сбора и анализа информации. Возможности использования традиционных методов в изучении рекламы.	
	4	Специфика эксперимента среди других методов сбора данных. Экспериментальные планы. Критерии и оценка качества данных, полученных в эксперименте.	
5	Источники статистической информации. Группировка и сводка статистических наблюдений		
6	Математические методы анализа и интерпретации данных исследования. Методы математического моделирования в исследовании процессов.		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов
1	2		3
Тема 3.4. Организация и проведение медиаисследования	<b>Содержание</b>		2
	1	Назначение медиаисследования, его цель и задачи. Исследование наружной рекламы в целях использования данных для планирования комплексной рекламной компании, параметры исследования, требования к формированию выборки медиаисследования.	
Тема 3.5. Метод контент-анализа	<b>Практические занятия</b>		2
	1	Исследование наружной рекламы в целях использования данных для планирования комплексной рекламной компании, параметры исследования, требования к формированию выборки медиаисследования.	
Тема 3.6. Метод фокус-группы в изучении рекламы и связей с общественностью	<b>Содержание</b>		4
	1	Контент-анализ – анализ текстовой информации. Возможности использования в исследованиях рекламы. Источники информации. Виды документов. Принципы формирования выборки в контент-анализе.	
	<b>Практические занятия</b>		4
	1	Контент-анализ	
МДК.03.04. Продвижение продуктов и идей в сети интернет	<b>Содержание</b>		8
	1	Основные принципы фокусированного группового интервью. Область применения метода фокус-групп. Техническое обеспечение. Требования к модератору. Базовые техники управления работой группы.	
Тема 4.1. Интернет-	<b>Содержание</b>		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов
1	2		3
маркетинг как часть маркетинга	1	Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности. Продукт. Поиск и занятие свободных ниш. Вирусный маркетинг	
	2	Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование. Продвижение продукта/идей в сети Интернет. Создание рекламной кампании в сети Интернет. PR-кампания в Интернете	
	<b>Практические занятия</b>		4
1	Анализ специфики мероприятий Интернет маркетинга в различных странах		
<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 4 ПМ 03.</b>			15
Методы продвижения товара в интернете. Ошибки продвижения товаров через интернет.			
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ:</b> Изучить сайт предприятия и его конкурентов. Определить пути решения маркетинговых задач базового предприятия. Составить сематическое ядро (перечень ключевых запросов) для сайта предприятия.			72
<b>Производственная практика</b> <b>Виды работ:</b> Проработка различных методов продвижения товаров в интернете: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Продвижение в социальных сетях (SMM).</li> <li>– E-mail маркетинг.</li> <li>– Контекстная реклама.</li> <li>– Поисковое продвижение.</li> <li>– Партнерский маркетинг.</li> <li>– Медийная реклама.</li> <li>– Контент маркетинг.</li> </ul>			72
<b>Экзамен по модулю</b>			



## **РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Материально-техническое обеспечение**

**Реализация программы профессионального модуля предусматривает следующие специальные помещения:**

Кабинет шрифтовой и художественной графики; кабинет цветоведения; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: набор красок (акварельные, гуашь, акриловые), набор кистей художественных, набор мелков, набор цветных карандашей, ватман, мольберт, табурет, подиум, шкаф, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Кабинет методический, учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Кабинет, оснащен перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, компьютер, принтер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Мини-типография, оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, резак для бумаги, рулонный ламинатор, биговщик, переплетчик на пластиковую пружину, переплетчик на металлическую пружину, степлер, обрезчик углов, станок для лазерной резки, станок для фигурного резок пенопласта, раздаточный материал, фотофонарь, фотопинцеты, фотоувеличитель, лазерный принтер (цветной), компьютер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Багетная мастерская, оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, плиткорез, пневмо-инструмент, подъемник-распорка, просекатель для ппсо, резак для материала, рубанок кромочный, молоток, пробойник, установщик люверсов, фен высокотемпературный для сварки баннерной ткани, компрессор, метростат, нивелир, приспособление для снятия шероховатостей с применением жидкости, приспособление для снятия шероховатостей без применения жидкости, рамочный подъемник, смесительно-подающее устройство, универсальная интерактивная доска, установка для нанесения краски на металл, термопистолет клеевой, паяльник, фен строительный, шуруповерт, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

## **Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

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

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

##### **Основная литература:**

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

##### **Дополнительная литература:**

1. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495332>

2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

3. Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/415001>

### Интернет-ресурсы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

### 4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 лет.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<b>ПК 3.1</b> Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Знает задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка. Умеет проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать их результаты.	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой. Оценка результатов экзамена.
<b>ПК 3.2</b> Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Знает задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка. Умеет проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта. Владеет навыками разработки средств продвижения рекламного продукта, разработки маркетинговой части бизнес-плана.	Оценка результатов выполнения практических (ситуационных) заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике. Оценка результатов экзамена по модулю.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<b>ОК 1.</b> Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Знает и понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии; - демонстрирует интерес к будущей профессии;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
<b>ОК 2.</b> Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Готов к решению профессиональных задач: - распознает задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализирует задачу и/или проблему и выделять ее составные части; - определяет этапы решения задачи; - составляет план действий; - определяет необходимые ресурсы; - реализует составленный план; - делает анализ и коррекцию результатов собственной	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой. Оценка результатов экзамена. Оценка результатов выполнения

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<p>деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях;</li> <li>- оценивает и контролирует ситуацию;</li> <li>- готов нести ответственность за принятые решения в рамках групповой, командной работы</li> </ul>	<p>практических (ситуационных) заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике. Оценка результатов экзамена по модулю.</p>
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<p>Осуществляет эффективный поиск необходимой информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет задачи для поиска информации;</li> <li>- определяет необходимые источники информации, планирует процесс поиска;</li> <li>- умеет структурировать получаемую информацию, выделять наиболее значимое в источниках информации;</li> <li>- способен оценить практическую значимость результатов поиска; оформить его результаты</li> </ul>	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>- знает и применяет современное программное обеспечение, необходимое для решения профессиональных задач</li> </ul>	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знает и применяет основные принципы делового общения;</li> <li>– использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности</li> </ul>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способен организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>- готов брать на себя ответственность за работу коллектива и команды и результат выполнения заданий;</li> </ul>	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осознанно ставит цели овладения различными видами профессиональной деятельности;</li> </ul>	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
планировать повышение квалификации.	- занимается самообразованием и саморазвитием при изучении профессиональных модулей	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- знает и понимает актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность; – проявляет интерес к инновациям, новым методам работы в профессиональной сфере	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ  
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА (ПРОДУКТА)**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

Об.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель

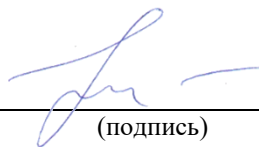


А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

(подпись)



## **СОДЕРЖАНИЕ**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1 Область применения рабочей программы .....	4
1.2 Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы .....	4
1.3 Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля.....	4
1.4 Количество часов на освоение программы профессионального модуля .....	5
РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
3.1 Структура профессионального модуля.....	9
3.2 Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ).....	10
РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	19
4.1. Материально-техническое обеспечение .....	19
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: .....	20
4.2. Информационное обеспечение обучения .....	20
4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса.....	21
РАЗДЕЛ 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) ...	22

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **1.1. Область применения рабочей программы**

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) и соответствующих профессиональных компетенций (ПК 4.1 – ПК 4.3) и общих компетенций (ОК 01- ОК 11).

### **1.2. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы**

Профессиональный модуль ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### **1.3. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля**

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)» должен:

#### **Иметь практический опыт:**

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав.

#### **Уметь:**

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.

#### **Знать:**

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

#### **1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Учебным планом для профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) по очной форме обучения определено:

Объем образовательной нагрузки – 174 часа,  
в том числе в форме практической подготовки 28 часов.

Объем работ обучающихся во взаимодействии с преподавателями – 108 часов;  
самостоятельная работа студента – 66 часов.

Производственная практика (по профилю специальности) - 108 часов.  
в том числе в форме практической подготовки 108 часов.

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта):

ПМ.04 – экзамен по модулю (4 семестр)

Междисциплинарный курс Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности МДК.04.01 – экзамен (3 семестр)

Междисциплинарный курс Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов МДК.04.02 – зачет с оценкой (4 семестр)

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.04.01 – зачеты с оценкой (3 и 4 семестры).

## РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)» является овладение обучающимися видом деятельности Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта), в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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
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 личного 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
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

**В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

<b>Иметь практический опыт</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</li> <li>- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</li> <li>- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li> <li>- подготовки документации для регистрации авторских прав.</li> </ul>
<b>Уметь</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> <li>- работать с рекламой в средствах массовой информации;</li> <li>- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</li> <li>- проводить презентацию рекламного продукта;</li> <li>- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</li> </ul>
<b>Знать</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</li> <li>- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</li> <li>- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</li> <li>- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</li> <li>- аспекты планирования рекламы;</li> <li>- этапы принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>- классификацию целей менеджмента.</li> </ul>

В результате освоения профессиональных компетенций по видам деятельности в качестве результата образования ФГОС СПО выпускник специальности 42.02.01 Реклама должен обладать профессиональными компетенциями, необходимыми для выполнения обобщенных трудовых функций и трудовых функций, соответствующих уровню квалификации.

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании

### РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки (часов)	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3		4	5	6	7	8	9	10
ПК 4.2 – ПК 4.3	Раздел 1. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	90	11	40	22	-	50	-	-	-
ПК 4.1 – ПК 4.3	Раздел 2. Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов	84	17	68	34	-	16	-	-	-
ПК 4.1 – ПК 4.3	Производственная практика (по профилю специальности)	108	108						-	108
	Экзамен по модулю									
	<b>Всего:</b>	<b>282</b>	<b>136</b>	<b>108</b>	<b>56</b>	<b>-</b>	<b>66</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>108</b>

### 3.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	
1	2	3	
<b>ПМ 04.</b>	<b>Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)</b>	282	
<b>МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>		90	
<b>Тема 1.1. СУЩНОСТЬ И ИСТОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА</b>	<b>Содержание</b>	4	
	1.		Природа управления и исторические тенденции его развития. Понятия менеджмента и управления, их соотношение. Управленческие революции. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента
	2.	Классические и неоклассические школы в истории менеджмента. Основные подходы к управлению. Развитие управления в России. Особенности современного российского менеджмента.	
	<b>Практические занятия</b>	4	
1	Особенности современного российского менеджмента в рекламной деятельности		
<b>Тема 1.2 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА</b>	<b>Содержание</b>	12	
	1.		Содержание планирования. Роль прогнозирования в планировании. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Бизнес-планирование и методы обоснования бизнес-планов.
	2.		Понятие организации как функции менеджмента. Принципы построения организационной структуры предприятия. Иерархические (элементарные и дивизиональные) и адаптивные организационные структуры.
	3.	Понятия мотивации и стимулирования и их соотношение. Содержательные и процессуальные теории мотивации трудовой деятельности.	



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов
1	2		3
	4.	Понятие контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов, коррекция. Виды и принципы контроля.	
	5.	Понятие и особенности методов управления. Организационно-административные, экономические и психологические методы менеджмента. Правила выбора и комплексного применения методов менеджмента.	
	6.	Управленческое решение, процесс и методы его принятия. Требования, предъявляемые к управленческому решению и лицу его принимающему	
<b>Тема 1.3. ИНФРАСТРУКТУРА МЕНЕДЖМЕНТА</b>	<b>Содержание</b>		4
	1.	Понятие среды организации. Характеристики внешней среды. Среда прямого и косвенного воздействия. Компоненты внутренней среды организации	
	2.	Понятие коммуникации в менеджменте. Система информационных коммуникаций. Коммуникационный стиль. Модели взаимодействия в управлении	
	<b>Практические занятия</b>		8
<b>Тема 1.4. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В МЕНЕДЖМЕНТЕ</b>	<b>Содержание</b>		4
	1.	Понятие руководства. Соотношение партнерства и власти. Лидерство. Стили управления: виды и формирование стилей	
	2.	Понятие корпоративной культуры и ее роль в деятельности организации. Структурное содержание корпоративной культуры, пути ее формирования. Понятие и виды организационного поведения	
<b>Тема 1.5. СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ И ЭТИКА МЕНЕДЖМЕНТА</b>	<b>Содержание</b>		4
	1.	Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджера. Составляющие деловой этики. Функции и правила делового общения. Механизм внедрения этических норм	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов
1	2		3
	2.	Роль психологических знаний в решении задач управления организации. Формирование психологического инструментария управленческого воздействия на сознание подчиненных	
<b>Тема 1.6. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Планирование рекламной деятельности. Рекламный бюджет. Контроль рекламной деятельности. Эффективность рекламы.	
	<b>Практические занятия</b>		10
	1	Планирование рекламной деятельности. Рекламный бюджет. Контроль рекламной деятельности	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 04.</b>			50
<p style="text-align: center;"><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Школа научного управления. Учение Ф.Тейлора, Г. Эмерсона и др.</li> <li>2. Школа административного управления (А. Файоль, М. Вебер).</li> <li>3. Школа человеческих отношений и социальных систем (Э.Мэйо, А. Маслоу и др.).</li> <li>4. Организационно-техническое и социальное направления российской науки управления.</li> <li>5. Методы прогнозирования.</li> <li>6. Стратегическое планирование. Методы разработки стратегий (матрица «БКГ», SWOT-анализ и др.).</li> <li>7. Разработка тактики управления.</li> <li>8. Бизнес-план: требования, этапы разработки.</li> <li>9. Содержательные теории мотивации (А. Маслоу, Д. Мак-Клелланд, Альдерфер, Герцберг).</li> <li>10. Процессуальные теории мотивации (Врум, Адамс, Лок, Портер-Лаулер, Мак-Грегор).</li> <li>11. Профессиональный и корпоративный имидж (образ) менеджера.</li> <li>12. Идеология и корпоративный имидж компании.</li> <li>13. Модели организационного поведения и пути его формирования.</li> </ol>			
<b>МДК.04.02 Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов</b>			84
<b>Тема 2.1. Интегрированные коммуникации: теория, структура</b>	<b>Содержание</b>		4
	1.	Интегрированные коммуникации как господствующий вид коммуникаций в современном коммуникационном	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	
1	2		3	
	2.	пространстве. Факторы интеграции в коммуникациях Взаимовлияние общества и технологий в системе интегрированных коммуникаций. Эволюция каналов и контента в интегрированных коммуникациях.		
	<b>Практические занятия</b>			2
	1	Взаимовлияние общества и технологий в системе интегрированных коммуникаций. Эволюция каналов и контента в интегрированных коммуникациях.		
<b>Тема 2.2. Новый бизнес как функция</b>	<b>Содержание</b>		2	
	1	Роль нового бизнеса (НБ) в жизни коммуникационного агентства. Управление НБ в коммуникационной индустрии: тендер – основной инструмент НБ, рекомендации АКАР по проведению креативного тендера, депозитарий АКАР. Управление НБ в агентстве: организация работ по НБ, the Point & Driver System.		
	<b>Практические занятия</b>			2
	1	Управление НБ в агентстве: организация работ по НБ, the Point & Driver System.		
<b>Тема 2.3. Этапы создания интегрированной коммуникационной кампании (ИКК)</b>	<b>Содержание</b>		2	
	1	Понятие ИКК. Основная идея, имплементация по каналам. Работа по созданию ИКК: от клиентского брифа до размещения кампании в СМИ.		
	2	Этапы создания ИК: 1. Клиентский бриф (анализ и постановка задачи внутри агентства). 2. Агентский бриф (работа над клиентским брифом, анализ рынка, бренда, потребителя; постановка задачи по разработке коммуникационной стратегии; формат брифа). 3. Разработка коммуникационной стратегии. 4. Разработка основной идеи кампании и «раскладка» ее по каналам/точкам контакта (интегрирование). 5. Воплощение ИК (создание коммуникационных материалов; размещение в СМИ,		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов
1	2		3
		реализация проектов; Коммуникационная стратегия и Коммуникационный план). Привязка методологии создания ИКК к практике ДИ по курсу.	
	<b>Практические занятия</b>		2
	1	Создания ИК	
<b>Тема 2.4. Профилирование клиентов</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Типология личности Майерс-Бриггс. Методика профилирования клиентов глобальной сети McCann Erickson, построенная на психотипах Майерс-Бриггс, модифицированная под реалии рекламы.	
	2	Самоанкетирование обучающихся. Особенности четырех типов клиентов (Bodycopy, Headline, Illustration, Logo). Определение профиля клиента: по манере вести диалог; по первой встрече; по офису; по внешнему виду; по роду деятельности.	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Как профиль влияет на ожидания клиента от агентства и на выбор партнера на тендере. Игра: «угадай профиль клиента по описанию»	
<b>Тема 2.5. Потребительские тренды</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Для чего мы изучаем потребителя. Роль знания о потребителе в коммуникационном процессе. Источники знаний о потребителе. Глобальные и локальные потребительские тренды. Как превратить глобальные тренды в возможности для конкретного бренда. Привязка к бренду	
<b>Тема 2.6. Потребительский инсайт. Как его находить</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Определение потребительского инсайта. Что является и не является инсайтом. Роль инсайта. Типы инсайтов: продуктовый, психологический. Источники инсайтов.	
	2	Методика «раскопки инсайтов». Поиск инсайтов с помощью «правильных»/ «неправильных» вопросов и релевантных мини-	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов
1	2		3
		кейсов	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Генерирование обучающимися инсайтов по брифу	4
<b>Тема 2.7. Позиционирование бренда</b>	<b>Содержание</b>		2
		Процесс создания бренда (Brand creation flow). Место бренда в стратегическом подходе к бизнесу компании: Бизнес стратегия - Бренд стратегия – Маркетинг стратегия – Коммуникационная стратегия. Дифференциация. Мотивация. Brand Proposition. Формула позиционирования бренда: ЛЮДЯМ – МЫ – ПРЕДЛАГАЕМ – БЛАГОДАРЯ. Зачем нужно документировать бренд. Форматы бренд-документов. Основные элементы позиционирования, закрепленные в бренд-документах.	
<b>Тема 2.8. Коммуникационная стратегия: модель, этапы разработки</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Модель Коммуникационной стратегии - Selling Strategy (McCann Erickson). Основные элементы (Позиция бренда, Амбиция бренда, Платформа идеи, Коммуникационная идея). «Портрет бренда» - инструмент стратегического планирования и часть Коммуникационной стратегии. Коммуникационная платформа = Коммуникационная стратегия + Коммуникационный план.	
	<b>Практические занятия</b>		4
	1	Креативный бриф – творческое задание на реализацию коммуникационной стратегии.	
<b>Тема 2.9. Touch Points (точки контакта с потребителем)</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Что такое Touchpoints (точки контакта) с потребителем? Классификация точек контакта. Consumer Journey/ Path to Purchase. Креативность в нахождении и использовании точек контакта. Оригинальные точки контакта Медиапланирование по точкам контакта: сложности и перспективы.	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов
1	2		3
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Медиапланирование по точкам контакта	2
<b>Тема 2.10. Специфические инструменты и технологии рекламы</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Классификация видов рекламы. Форматы рекламы: testimonial, celebrity, endorsement (professional), infomercial. Технологии рекламы (юмор, эмоции, демо, «говорящие картинки», нарратив). Эволюция рекламы в современных условиях: нативная реклама	
	2	Маркетинг в современных условиях - Контент маркетинг. История зарождения, развитие., принципиальное отличие от традиционного маркетинга. Формы. Контент маркетинг в B2B и B2C сегментах. Рассмотрение кейсов (различных инструментов) контент-маркетинга.	
	<b>Практические занятия</b>		4
1	Контент маркетинг в B2B и B2C сегментах.		
<b>Тема 2.11. Специфические инструменты и технологии PR</b>	<b>Содержание</b>		2
	1	Ключевые инструменты <b>PR</b> в корпоративных коммуникациях. Непротиворечивость корпоративных коммуникаций как задача и как функция. Комплексность подхода как базовый принцип Допустимые и недопустимые инструменты <b>PR</b> необходимость соотнесения <b>PR</b> активности с законодательной базой. Выявление и определение корректной цели ПР проекта как главная задача планирования. Принцип достаточности в <b>PR</b> активности.	
<b>Тема 2.12. Реализация PR проектов</b>	<b>Содержание</b>		4
	1	Условия для успешной реализации проектов. Принцип диалога как условие для реализации проектов, организационная форма «рабочих групп». Назначение Система мониторинга результатов. Система обратной связи и коррекции хода проекта как обязательный элемент. Методики оценки результатов	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов
1	2		3
	проекта. Фиксация результатов проекта и отчетность		
<b>Тема 2.13. Медиапланирование: стратегическое, тактическое; инструменты</b>	<b>Содержание</b>		4
	1	Цели и назначение медиапланирования. Планирование, закупка и размещение рекламы как функция рекламного агентства. Место медиапланирования в процессе разработки медийной стратегии. клиентом. Понятие комиссии и агентского вознаграждения.	
	2	Структура медийного рекламного агенства. Объем и структура медиарекламного рынка России. Основные рекламные группы на рынке рекламных агентств России.	
	3	Медиа-исследования как источник информации для медиапланирования. Основные исследовательские компании в России и их синдикативные медиа-проекты. Основные статистики медиапланирования: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.	
	4	Понятие медиа-микса. Понятие целевой группы рекламной кампании. Основные аудиторные статистики медиапланирования. Понятия: пункта рейтинга, охвата, частоты. Пункт рейтинга, баинговые и целевые пункты. Количество контактов с целевой аудиторией. Частота контакта с рекламным сообщением; эффективная частота контакта.	
	5	Стоимостные показатели: цена за пункт рейтинга, стоимость тысячи контактов. Закупка и размещение рекламы. Медиаселлеры на рекламном рынке России. Постбаинговая отчетность перед	
	<b>Практические занятия</b>		12
	1	Основные статистики медиапланирования: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 04.</b>		16
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>		
1. Форматы рекламы: testimonial, celebrity, endorsement (professional), infomercial.		
2. Основные статистики медиапланирования: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.		
3. Генерирование обучающимися инсайтов по брифу		
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b> <b>Виды работ:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Охарактеризовать организационную структуру базы практики.</li> <li>2. Охарактеризовать особенности менеджмента организации в рекламной деятельности</li> <li>3. Анализ бизнес-плана: требования, этапы разработки</li> <li>4. Определение профиля клиента.</li> <li>5. Генерирование обучающимися инсайтов для организации/её товарной линейки.</li> <li>6. Статистика медиапланирования организации: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.</li> </ol>		108
<b>Экзамен по модулю</b>		
<b>Всего</b>		282



## **РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Материально-техническое обеспечение**

**Реализация программы профессионального модуля предусматривает следующие специальные помещения:**

Кабинет проектирования рекламного продукта; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: набор красок (акварельные, гуашь, акриловые), набор кистей художественных, набор мелков, набор цветных карандашей, ватман, мольберт, табурет, подиум, шкаф, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Лаборатория компьютерного дизайна; лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом), материалами учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: проектор, экран, сканер, принтер, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которая реализуется в организациях по профилю специальности, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области.

Кабинет, оснащен перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, компьютер, принтер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Мини-типография, оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, резак для бумаги, рулонный ламинатор, биговщик, переплетчик на пластиковую пружину, переплетчик на металлическую пружину, степлер, обрезчик углов, станок для лазерной резки, станок для фигурного резок пенопласта, раздаточный материал, фотофонарь, фотопинцеты, фотоувеличитель, лазерный принтер (цветной), компьютер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Багетная мастерская, оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, плиткорез, пневмо-инструмент, подъемник-распорка, просекатель для ппсо, резак для материала, рубанок кромочный, молоток, пробойник, установщик люверсов, фен высокотемпературный для сварки баннерной ткани, компрессор, метростат, нивелир, приспособление для снятия шероховатостей с применением жидкости, приспособление для снятия шероховатостей без применения жидкости, рамочный подъемник, смесительно-подающее устройство, универсальная интерактивная доска, установка для нанесения краски

на металл, термошпцы пистолет клеевой, паяльник, фен строительный, шуруповерт, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

#### **Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

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

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

###### **Основная литература:**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

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, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

###### **Дополнительная литература:**

1.Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489986>

2.Шарапова, Т. В. Основы менеджмента : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. В. Шарапова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01621-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492399>

3.Управление проектами : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489629>

### Интернет-ресурсы:

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

#### 4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 лет.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Знает аспекты планирования рекламы, этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента. Умеет составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Знает экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Умеет работать с рекламой в средствах массовой информации, проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта.	Оценка результатов экзамена. Оценка результатов выполнения практических (ситуационных) заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике. Оценка результатов экзамена по модулю.
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Знает основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Умеет подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Знает и понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии; - демонстрирует интерес к будущей профессии;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Готов к решению профессиональных задач: - распознает задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализирует задачу и/или проблему и выделяет ее составные части; - определяет этапы решения задачи; - составляет план действий; - определяет необходимые ресурсы; - реализует составленный план; - делает анализ и коррекцию результатов собственной деятельности	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой. Оценка результатов

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях;</li> <li>- оценивает и контролирует ситуацию;</li> <li>- готов нести ответственность за принятые решения в рамках групповой, командной работы</li> </ul>	экзамена. Оценка результатов выполнения практических (ситуационных) заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике.
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<p>Осуществляет эффективный поиск необходимой информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет задачи для поиска информации;</li> <li>- определяет необходимые источники информации, планирует процесс поиска;</li> <li>- умеет структурировать получаемую информацию, выделять наиболее значимое в источниках информации;</li> <li>- способен оценить практическую значимость результатов поиска; оформить его результаты</li> </ul>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике. Оценка результатов экзамена по модулю.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>- знает и применяет современное программное обеспечение, необходимое для решения профессиональных задач</li> </ul>	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и применяет основные принципы делового общения;</li> <li>- использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности</li> </ul>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способен организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>- готов брать на себя ответственность за работу коллектива и команды и результат выполнения заданий;</li> </ul>	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осознанно ставит цели овладения различными видами профессиональной деятельности;</li> <li>- занимается самообразованием и саморазвитием при изучении профессиональных модулей</li> </ul>	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и понимает актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность;</li> <li>- проявляет интерес к инновациям, новым методам работы в профессиональной сфере</li> </ul>	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности; особенности деятельности</li> </ul>	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	рекламной организации в условиях рыночной экономики. - умеет определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	
ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	- владеет основами экологической, информационной и коммуникативной культуры; - владеет базовыми умениями общения на иностранном языке.	



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Колледжа/Филиала РГСУ  
/Косоплечев А.В./  
«24» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ  
ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА  
Базовой подготовки**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование**

**Образовательная база приема: среднее общее образование**

**Форма обучения: Очная**

**Срок обучения: 2 года 10 месяцев**

**Москва 2023**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработана с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

Об.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель

А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК  
Протокол №10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК

Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля рецензирована и рекомендована к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



(подпись)

С.А. Королёв

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов



## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1. Область применения рабочей программы .....	4
1.2. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы.....	4
1.3. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля .....	4
1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля .....	5
РАЗДЕЛ 2. результаты освоения ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	6
РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	10
3.1. Структура профессионального модуля .....	10
3.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ).....	11
РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	14
4.1. Материально-техническое обеспечение.....	14
4.2. Информационное обеспечение обучения.....	15
4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса .....	16
РАЗДЕЛ 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....	17

## **РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **1.1. Область применения рабочей программы**

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующих профессиональных компетенций (ПК 3.1 – ПК 3.2, ПК 4.1 – 4.3) и общих компетенций (ОК 01- ОК 11).

### **1.2. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы**

Профессиональный модуль ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих входит в профессиональный цикл подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

### **1.3. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля**

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих должен:

#### **Иметь практический опыт:**

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав.

#### **Уметь:**

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.

#### **Знать:**

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка;
- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;

- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

#### **1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Учебным планом для профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих по очной форме обучения определено:

Объем образовательной нагрузки – 56 часов,

в том числе в форме практической подготовки 16 часов.

Объем работ обучающихся во взаимодействии с преподавателями – 54 часа;

самостоятельная работа студента – 2 часа.

Учебная практика – 36 часов;

в том числе в форме практической подготовки 36 часов.

Производственная практика (по профилю специальности) - 72 часов.

в том числе в форме практической подготовки 72 часа.

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

ПМ.05 – квалификационный экзамен (6 семестр)

Междисциплинарный курс Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный) МДК.05.01 – другие формы контроля (контрольная работа в 6 семестре)

Учебная практика УП.05.01 – зачет с оценкой (6 семестр)

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.05.01 – зачет с оценкой (6 семестр)

## РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих является овладение обучающимися видом деятельности «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
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
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 личного 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
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

**В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

<b>Иметь практический опыт</b>	выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана; планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав.
<b>Уметь</b>	проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; работать с рекламой в средствах массовой информации; проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.
<b>Знать</b>	задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка; экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.

В результате освоения профессиональных компетенций по видам деятельности в качестве результата образования ФГОС СПО выпускник специальности 42.02.01 Реклама должен обладать профессиональными компетенциями, необходимыми для выполнения обобщенных трудовых функций и трудовых функций, соответствующих уровню квалификации.

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
	СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/01.5	Реализация продукции СМИ
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/02.5	Организация поставки продукции СМИ
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании

<b>Индекс</b>	<b>Содержание</b>
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
06.009	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
А	Организация распространения продукции СМИ
А/03.5	Организация и проведение подписной кампании

### РАЗДЕЛ 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки (часов)	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3		4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1 – ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3	Раздел 1. Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)	56	16	54	32	-	2	-		
ПК 3.1 – ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3	Учебная практика	36	36						36	
ПК 3.1 – ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72							
	Квалификационный экзамен									
	<b>Всего:</b>	<b>164</b>	<b>124</b>	<b>54</b>	<b>32</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>72</b>



### 3.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>ПМ 05.</b>	<b>Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</b>	164
<b>МДК.05.01</b> Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)		56
<b>Тема 1.1. Основы методологии рекламной деятельности</b>	<b>Содержание</b>	4
	1. Товарный рынок и рекламная деятельность. Методология организации рекламной деятельности.	
	2. Стратегия и функции рекламной деятельности организации	
	<b>Практические занятия</b>	4
	1. Стратегия и функции рекламной деятельности организации	
<b>Тема 1.2 Особенности организации рекламной деятельности в различных отраслях</b>	<b>Содержание</b>	10
	1. Организационные формы управления рекламной деятельностью коммерческих предприятий. Организационная структура рекламного агентства: её виды и сравнительная характеристика. Рекламные агентства полного цикла. Медиабанерные рекламные агентства. Специализированные рекламные фирмы. Рекламная деятельность издательств печатных СМИ. Характеристика основных функциональных подразделений рекламного агентства. Фундаментальные требования к деятельности рекламного агентства. Стандарт услуг рекламного агентства.	
	2. Особенности организации рекламной деятельности на предприятиях розничной торговли. Теоретические модели маркетинга товаров и услуг. Структурные и концептуальные элементы международных концепций маркетинга товаров и услуг. Реклама как элемент комплекса маркетинга товаров и услуг. Структура рекламно-коммуникационных каналов, их особенности и механизмы передачи рекламной информации. Классификация рекламных средств. Внешняя реклама магазина. Интерьер магазина как средство рекламы. Рекламные мероприятия в магазине. Витрины как средство рекламы. Оформление витрин образцами различных товарных групп.	
	3. Особенности организации рекламной деятельности на предприятиях оптовой торговли. Содержание и этапы рекламной кампании оптового предприятия. Особенности проведения	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов
1	2		3
		рекламной кампании оптовых предприятий. Виды рекламных кампаний. Разработка рекламной программы. Медиапланирование. Показатели эффективности медиапланов. Стратегическое планирование рекламных кампаний.	16
	4.	Организация выставочной деятельности. Классификация и терминология выставочно-ярмарочной деятельности. Понятие инфраструктуры выставочной деятельности. Процесс организации выставочной деятельности. Экономические аспекты организации выставки.	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Организационные формы управления рекламной деятельностью коммерческих предприятий.	
	2	Особенности организации рекламной деятельности на предприятиях розничной торговли.	
	3	Особенности организации рекламной деятельности на предприятиях оптовой торговли.	
	4	Организация выставочной деятельности.	
<b>Тема 1.3. Эффективность организации рекламной деятельности</b>	<b>Содержание</b>		4
	1.	Оценка эффективности организации рекламной деятельности. Определения понятия «эффективность организации рекламной деятельности». Виды эффективности организации рекламной деятельности.	
	2.	Показатели эффективности организации рекламной деятельности. Классификация методов определения эффективности организации рекламной деятельности.	
	<b>Практические занятия</b>		12
	1	Показатели эффективности организации рекламной деятельности. Классификация методов определения эффективности организации рекламной деятельности.	
<b>Тема 1.4. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса</b>	<b>Содержание</b>		4
	1.	Структура и функционирование рекламного отдела. Участники рекламного процесса. Организация труда в рекламной службе.	
	2.	Планирование рекламной работы на предприятии	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 05.</b>			2
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> Подготовка презентаций			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ:</b> 1. Охарактеризовать организационную структуру базы практики.		36
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b> <b>Виды работ:</b> 1. Охарактеризовать особенности организации рекламной деятельности организации. 2. Охарактеризовать структуру рекламного отдела организации, взаимосвязи участников рекламного процесса, организацию труда в рекламной службе.		72
	<b>Квалификационный экзамен</b>	
	<b>Всего</b>	164

## **РАЗДЕЛ 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Материально-техническое обеспечение**

**Реализация программы профессионального модуля предусматривает следующие специальные помещения:**

Кабинет проектирования рекламного продукта; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: набор красок (акварельные, гуашь, акриловые), набор кистей художественных, набор мелков, набор цветных карандашей, ватман, мольберт, табурет, подиум, шкаф, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Фотолаборатория; фотостудия, видеостудия; учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья, доска для написания мелом); материалами учебно-наглядных пособий; техническими средствами обучения: принтер, профессиональный фотоаппарат, фотоувеличитель, профессиональная лампа для фото и видео съемки, компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для организации самостоятельной и воспитательной работы, оснащено перечнем основного оборудования: специализированной мебелью для обучающихся и педагогических работников (столы, стулья), компьютерной техникой с лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Кабинет оснащен перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, компьютер, принтер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Мини-типография оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, резак для бумаги, рулонный ламинатор, биговщик, переплетчик на пластиковую пружину, переплетчик на металлическую пружину, степлер, обрезчик углов, станок для лазерной резки, станок для фигурного резок пенопласта, раздаточный материал, фотофонарь, фотопинцеты, фотоувеличитель, лазерный принтер (цветной), компьютер, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

Багетная мастерская оснащена перечнем основного оборудования: столы, стулья, шкафы, плиткорез, пневмо-инструмент, подъемник-распорка, просекатель для ппсо, резак для материала, рубанок кромочный, молоток, пробойник, установщик люверсов, фен

высокотемпературный для сварки баннерной ткани, компрессор, метростат, нивелир, приспособление для снятия шероховатостей с применением жидкости, приспособление для снятия шероховатостей без применения жидкости, рамочный подъемник, смесительно-подающее устройство, универсальная интерактивная доска, установка для нанесения краски на металл, термошпцы, пистолет клеевой, паяльник, фен строительный, шуруповерт, аптечка первой медицинской помощи, огнетушитель.

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC
5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

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

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

##### **Основная литература:**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>
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, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

##### **Дополнительная литература:**

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>
2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489986>
3. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495332>

4.Шарапова, Т. В. Основы менеджмента : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. В. Шарапова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01621-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492399>

5.Управление проектами : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489629>

#### Интернет-ресурсы:

№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	<a href="https://grebennikon.ru/">https://grebennikon.ru/</a>

#### 4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 лет.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Владеет навыками выявления требований целевых групп потребителей. Умеет проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп. Знает задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой. Оценка результатов выполнения практических заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике.
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	Владеет навыками разработки средств продвижения рекламного продукта, разработки маркетинговой части бизнес-плана. Умеет производить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта. Знает задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.	Оценка результатов квалификационного экзамена.
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Имеет практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта. Умеет составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта. Знает аспекты планирования рекламы, этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.	
ПК 4.2. Осуществлять	Имеет практический опыт	

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<p>контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</p> <p>Умеет работать с рекламой в средствах массовой информации, проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.</p> <p>Знает экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</p> <p>пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.</p>	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<p>Имеет практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</p> <p>подготовки документации для регистрации авторских прав.</p> <p>Умеет проводить презентацию рекламного продукта;</p> <p>подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</p> <p>Знает основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.</p>	



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.	Знает и понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии; - демонстрирует интерес к будущей профессии;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Готов к решению профессиональных задач: - распознает задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализирует задачу и/или проблему и выделять ее составные части; - определяет этапы решения задачи; - составляет план действий; - определяет необходимые ресурсы; - реализует составленный план; - делает анализ и коррекцию результатов собственной деятельности	Оценка результатов устного и письменного опроса. Оценка других форм контроля (контрольные работы). Оценка результатов зачета с оценкой. Оценка результатов выполнения практических заданий. Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях; - оценивает и контролирует ситуацию; - готов нести ответственность за принятые решения в рамках групповой, командной работы	Оценка результатов квалификационного экзамена.
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Осуществляет эффективный поиск необходимой информации: - определяет задачи для поиска информации; - определяет необходимые источники информации, планирует процесс поиска; - умеет структурировать получаемую информацию, выделять наиболее значимое в источниках информации; - способен оценить практическую значимость результатов поиска; оформить его	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	результаты	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>- знает и применяет современное программное обеспечение, необходимое для решения профессиональных задач</li> </ul>	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знает и применяет основные принципы делового общения;</li> <li>– использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности</li> </ul>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способен организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>- готов брать на себя ответственность за работу коллектива и команды и результат выполнения заданий;</li> </ul>	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осознанно ставит цели овладения различными видами профессиональной деятельности;</li> <li>- занимается самообразованием и саморазвитием при изучении профессиональных модулей</li> </ul>	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и понимает актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность;</li> <li>– проявляет интерес к инновациям, новым методам работы в профессиональной сфере</li> </ul>	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знает экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности; особенности деятельности рекламной организации в условиях</li> </ul>	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
	<p>рыночной экономики. - умеет определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план</p>	
<p>ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке</p>	<p>- владеет основами экологической, информационной и коммуникативной культуры; - владеет базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	