



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



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

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалистов по рекламе.

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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)

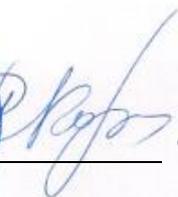


Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 812 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 524 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 324 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 200 часов;

учебной и производственной практики – 72 + 216 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			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 1.1 - 1.5	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	262	168	168	*	94	*	72	216
	Раздел 2. Разработка творческой концепции рекламного продукта	262	156	156		106			
	Учебная практика	72							
	Производственная практика (по профилю специальности)	216							
	Экзамен квалификационный	0							
	Всего:	812	324	324	-	200	*	288	

* Раздел профессионального модуля – часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

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	Уровень освоения	
1	2	3	4	
ПМ 01.	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	812		
МДК 1. Художественное проектирование рекламного продукта		262		
Тема 1.1. Рекламный продукт как объект производства	Содержание. Практические занятия		42	1, 2
	1.	Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса. Участники процесса		
	2.	Понятия «рекламный продукт», «рекламные технологии». Рекламные технологии как маркетинговые технологии.		
	3.	Информационные технологии в рекламе. Производственные технологии в рекламе. Творческие технологии рекламы.		
	4.	Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Основы психологии поведения потребителей. Технология создания рекламного обращения и рекламного продукта.		
	5.	Рекламная кампания как маркетинговая технология.		
	6.	Технология создания имиджа. Фирменный стиль как рекламная технология. Проектирование бренда.		
	7.	Рекламные психотехнологии. Продажа внутренних потребностей. Обольщение и провокация. Нейролингвистическое программирование.		
	8.	Соотношение понятий «рекламная стратегия», «рекламная идея», «креативный бриф». Цели и задачи креативного брифа.		
Тема 1.2 Концепция рекламного обращения	Содержание. Практические занятия		50	1, 2
	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.		
	2. Проблема определения целевой аудитории. Полоролевые и возрастные различия и их отражение при разработке рекламного продукта.		
	3. Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.		
	4. Коммерческая информация как основа рекламного обращения. Информация и ее интерпретация в рекламном обращении.		
	5. Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении. Обращение рекламы к сознанию и подсознанию целевой аудитории. Логика и ассоциации в рекламном обращении.		
	6. Творческая концепция. Концепция ROI (актуальность, оригинальность, воздействие).		
	7. Рекламное обращение как основа формирования рекламного сообщения.		
Тема 1.3. Структура и композиция рекламного обращения	Содержание. Практические занятия	30	1, 2
	1. Текст и национальная культура. Национально-культурные номинативные компоненты текста (слово, словосочетание, фразеологизм, афоризм, метафора).		
	2. Художественная основа текста, технические средства воплощения. Сюжет, эмоции, изображение, звук. Принципы фрагментирования.		
	3. Композиционное построение рекламного объявления как творческий процесс. Законы композиции – закон целостности, закон типизации, закон контрастов. Композиционные формы.		
	4. Принципы взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.		
	5. Монтаж как средство создания рекламного обращения.		
	6. Технология исследования рекламного обращения.		
Тема 1.4. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе	Содержание. Практические занятия	25	1, 2
	1. Особенности изобразительной части рекламного сообщения и требования к рекламе. Изобразительные средства рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.).		
	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.		
	3.	Выразительные средства речи: рифма, повтор слов, афористичность, метафоричность, новизна словоупотребления, антитеза. Прецедентный текст в рекламе и его источники.		
	4.	Речевое воздействие в рекламе: выразительность, легко запоминаемый текст, юмор, ирония, каламбур, и др.		
	5.	Семиотика рекламы. Семиотические знания и категории в рекламной деятельности.		
	6.	Семантика рекламного обращения. Использование метафоры и аналогии в рекламном тексте.		
	7.	Интертекстуальность и серийная реклама. Семиотический анализ рекламного сообщения.		
Тема 1.5. Рекламный текст и рекламный слоган	Содержание. Практические занятия		25	1, 2
	1.	Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста. Цели и задачи рекламного текста. Композиция рекламного текста. Виды и классификация заголовков.		
	2.	Правила создания рекламного текста: привлечение внимания, интерес, доверие, желание, действие. Убедительность рекламного текста. Поэтика рекламного текста.		
	3.	Графический и пространственный дизайн рекламного текста. Рекламный текст на разных поверхностях. Текст в сети.		
	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		
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 01.			94	2,3
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
1.	Реклама и маркетинговые технологии. Проектирование бренда.			
2.	Информационные технологии в рекламе.			
3.	Производственные технологии в рекламе.			
4.	Творческие технологии рекламы.			
5.	Психолингвистические технологии в процессе разработки рекламного продукта			
6.	Рекламное обращение: структура, цели, выбор формы.			
7.	Виды рекламных обращений: информирующая, убеждающая, внушающая и напоминающая реклама			
8.	Цели и задачи рекламных обращений в соответствии с задачами маркетинга. Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.			
9.	Проблема определения целевой аудитории. Учет гендерных и возрастных аспектов при разработке рекламного продукта			
10.	Коммерческая информация, ее интерпретация в рекламном обращении			
11.	Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении			
12.	Творческая концепция. Концепция ROI (актуальность, оригинальность, воздействие)			
13.	Рекламное обращение в контексте национальных культур.			
14.	Художественная основа текста и технические средства его воплощения.			
15.	Фрагментирование как технический прием.			
16.	Монтаж как средство создания рекламного обращения.			
17.	Законы композиции рекламного обращения – закон целостности, закон типизации, закон контрастов.			
18.	Композиционные формы рекламного обращения.			
19.	Принципы взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.			
20.	Технология исследования рекламного обращения.			
21.	Изобразительные средства рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и ассиметрия, передача пространства и др.).			
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.			
МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта		262	
Тема 2.1. Рекламная идея как основа рекламного обращения	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	54	1,2

		фильмы.		
	10.	Соотношение изображения и текста в печатной рекламе.		
	Практические занятия		56	1,2
	1.	Понятия «рекламная идея», «идея бренда».		
	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.		
Тема 2.2. Креативные технологии в рекламе и СО	Содержание		30	1,2
	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.		
	Практические занятия		30	1,2
	1	Сценарная, эскизная и дизайн разработка.		
	2	Технологическая проработка, бюджетирование и планирование реализации		
Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 01.			106	2,3
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
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 медиаплана. 3. Разработка				

рекламной продукции. 4. Разработка специальных PR-мероприятий.		
<p>Учебная практика Виды работ: 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 по выбору студента). 5. Анализ принципов взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении (рекламный продукт по выбору студента). 6. Анализ изобразительных средств рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и ассиметрия, передача пространства и др.). Рекламный продукт по выбору студента 7. Семиотический анализ рекламного сообщения (рекламный продукт по выбору студента). 8. Создание рекламного текста. Его убедительность, поэтика, аргументация. Перевод рекламного текста. 9. Разработка сценария рекламного ролика (рекламный продукт по выбору студента).</p>	72	
<p>Производственная практика Виды работ: 1. Разработка креативной рекламной и PR-кампании для выбранной обучающимися сферы деятельности (с учетом базы практики). 2. Разработка рекламного и PR-проекта для выбранной организации, предприятия, учреждения. Которая включает: 2.1. Разработка тактических мероприятий. 2.2. Составление медиаплана. 2.3. Разработка рекламной продукции. 2. 4. Разработка специальных PR-мероприятий. 3. Анализ применения различных технологий в рекламе: маркетинговые, информационные, производственные, творческие, психолингвистические (с учетом базы практики). 4. Анализ применения различных видов информации в рекламной деятельности организации. 5. Характеристика рекламных обращений организации. 6. Анализ изобразительных средств рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и ассиметрия, передача пространства и др.), применяемых организацией.</p>	216	
Всего	812	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Проектирования рекламного продукта», лаборатории компьютерного дизайна.

Оборудование учебного кабинета: 96 лавок, 94 парты, доска комбинированная Board SYS ТЭ1*400К, компьютер ПЭВМ НИКС А5000-ITX и монитор Acer 21.5" Viseo223DXb с выходом в Интернет, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: проектор Epson EB-1430Wi; внешний пульт управления в комплекте; кронштейн (крепление) настенный в комплекте; модуль беспроводной сети Wi-Fi Epson ELPAP07; видеочамера AXIS M5014.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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>

Дополнительные источники:

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:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
--	--	---

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	Знать и применять методы психологического воздействия на потребителя	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Знать и применять выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	Выбирать методы проектирования рекламного продукта	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Знать и применять приемы и принципы составления рекламного текста	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Применять знания о композиции, шрифтовой и художественной графике в рекламе	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

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.	демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет порученные задания. – применяет знания и умения на практике	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	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету	

	<p>сотрудника;</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания 	
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях;</p> <ul style="list-style-type: none"> – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию; – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом. 	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Осуществляет эффективный поиск необходимой информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> –использует различные источники информации, включая электронные; –анализирует информацию из различных источников; – понимает способы поиска и анализа информации; – пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий; – грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем; – умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его 	

	<p>потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач</p>	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p>	<p>владеет компьютерными навыками; – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»;</p> <p>– работает с информационными справочно-правовыми системами;</p> <p>– владеет навыками работы в сети Интернет;</p> <p>– работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей;</p> <p>– применяет основные функции и принципы делового общения;</p> <p>– использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами</p>	<p>взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения;</p> <p>– понимает общие цели;</p> <p>– формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом</p>	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат;</p> <p>– делает анализ и коррекцию результатов собственной работы</p> <p>– осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат</p>	

	деятельности.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля; – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает потенциальных кандидатов на вакантные должности	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	– владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет азами экологической, информационной и коммуникативной культурой.	

5.1. Перечень вопросов, выносимых для получения квалификационного экзамена по междисциплинарному курсу

МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1. Реклама и маркетинговые технологии. Проектирование бренда.
2. Информационные технологии в рекламе.
3. Производственные технологии в рекламе.
4. Творческие технологии рекламы.
5. Психолингвистические технологии в процессе разработки рекламного продукта
6. Рекламное обращение: структура, цели, выбор формы.

7. Виды рекламных обращений: информирующая, убеждающая, внушающая и напоминающая реклама
8. Цели и задачи рекламных обращений в соответствии с задачами маркетинга. Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.
9. Проблема определения целевой аудитории. Учет гендерных и возрастных аспектов при разработке рекламного продукта
10. Коммерческая информация, ее интерпретация в рекламном обращении
11. Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении
12. Творческая концепция. Концепция ROI (актуальность, оригинальность, воздействие)
13. Рекламное обращение в контексте национальных культур.
14. Художественная основа текста и технические средства его воплощения.
15. Фрагментирование как технический прием.
16. Монтаж как средство создания рекламного обращения.
17. Законы композиции рекламного обращения – закон целостности, закон типизации, закон контрастов.
18. Композиционные формы рекламного обращения.
19. Принципы взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.
20. Технология исследования рекламного обращения.
21. Изобразительные средства рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.).
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. Использование приемов риторики и языковой игры в создании слогана. Критерии оценки слогана.

МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

1. Понятия «рекламной идеи» и идеи бренда (торговой марки) – общее и различное.
2. Рекламная идея, как инструмент развития «смысла бренда».

3. Цели и задачи оформления рекламной идеи.
4. Рекламная идея как основа рекламного обращения.
5. Понятие рекламного образа.
6. 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.).
7. Экономия и сжатие пространства и времени как принципы рекламной драматургии.
8. Звуковое решение рекламного фильма.
9. Функции звука в рекламе (фоновая, символизирующая).
10. Слово и слоган в рекламе.
11. Игровые модели рекламного обращения.
12. Типы телевизионных рекламных обращений.
13. Рекламная телеинформация: рекламные фильмы, рекламные телепередачи.
14. Сюжетно-драматические и эмоционально-ассоциативные фильмы.
15. Соотношение изображения и текста в печатной рекламе.

5.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
Академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Требования к выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

- титульный лист, содержание доклада;
- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование кафедры, фамилию обучающийся;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Презентация

Требования к презентациям

1. Объем презентации 20 -50 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;

- наименование кафедры;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, специальность, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражено обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Требования к выполнению Эссе(реферата)

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Тему реферата обучающийся выбирает самостоятельно, но если на одну тему претендует несколько обучающихся, на помощь приходит преподаватель. Список литературы к темам не дается, и обучающийся самостоятельно ведет библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающийся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и

символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата. Это правило касается и дипломных работ.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающийся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающийся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается заслушиванием оппонентов. Другие обучающийся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающийся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели;

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение учащихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок (<i>отлично</i>)
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий (<i>хорошо</i>)
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий (<i>удовлетворительно</i>)

1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи <i>(неудовлетворительно)</i>
0 баллов	не аттестован

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПМ.01.ЭК ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО
**ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ**

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа квалификационного экзамена по **ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалистов по рекламе.

Рабочая программа квалификационного экзамена по разработана рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патулина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена по обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы
Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)

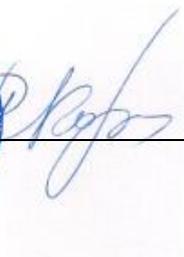


Е.А.Суярова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена по рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 812 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 525 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 342 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 183 часа;

учебной и производственной практики – 72+252 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Проектирования рекламного продукта», лаборатории компьютерного дизайна.

Оборудование учебного кабинета: 96 лавок, 94 парты, доска комбинированная Board SYS ТЭ1*400К, компьютер ПЭВМ НИКС А5000-ITX и монитор Acer 21.5" Viseo223DXb с выходом в Интернет, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: проектор Epson EB-1430Wi; внешний пульт управления в комплекте; кронштейн (крепление) настенный в комплекте; модуль беспроводной сети Wi-Fi Epson ELPAP07; видеочамера AXIS M5014.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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>

Дополнительные источники:

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:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять	Знать и применять методы	Текущий контроль в

поиск рекламных идей	психологического воздействия на потребителя	форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Знать и применять выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	Выбирать методы проектирования рекламного продукта	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Знать и применять приемы и принципы составления рекламного текста	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Применять знания о композиции, шрифтовой и художественной графике в рекламе	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

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.	демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет порученные задания. – применяет знания и умения на практике	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	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету сотрудника;	

	<ul style="list-style-type: none"> – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания 	
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<ul style="list-style-type: none"> определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях; – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию; – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом. 	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<ul style="list-style-type: none"> Осуществляет эффективный поиск необходимой информации; –использует различные источники информации, включая электронные; –анализирует информацию из различных источников; – понимает способы поиска и анализа информации; – пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий; – грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем; – умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет 	

	найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	<p>владеет компьютерными навыками; – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»;</p> <p>– работает с информационными справочно-правовыми системами;</p> <p>– владеет навыками работы в сети Интернет;</p> <p>– работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей;</p> <p>– применяет основные функции и принципы делового общения;</p> <p>– использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности.</p>	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами	<p>взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения;</p> <p>– понимает общие цели;</p> <p>– формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом</p>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<p>добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат;</p> <p>– делает анализ и коррекцию результатов собственной работы</p> <p>– осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности.</p>	

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля; – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает потенциальных кандидатов на вакантные должности	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	– владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет основами экологической, информационной и коммуникативной культурой.	

4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения квалификационного экзамена по междисциплинарному курсу

МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1. Реклама и маркетинговые технологии. Проектирование бренда.
2. Информационные технологии в рекламе.
3. Производственные технологии в рекламе.
4. Творческие технологии рекламы.
5. Психолингвистические технологии в процессе разработки рекламного продукта
6. Рекламное обращение: структура, цели, выбор формы.

7. Виды рекламных обращений: информирующая, убеждающая, внушающая и напоминающая реклама
8. Цели и задачи рекламных обращений в соответствии с задачами маркетинга. Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.
9. Проблема определения целевой аудитории. Учет гендерных и возрастных аспектов при разработке рекламного продукта
10. Коммерческая информация, ее интерпретация в рекламном обращении
11. Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении
12. Творческая концепция. Концепция ROI (актуальность, оригинальность, воздействие)
13. Рекламное обращение в контексте национальных культур.
14. Художественная основа текста и технические средства его воплощения.
15. Фрагментирование как технический прием.
16. Монтаж как средство создания рекламного обращения.
17. Законы композиции рекламного обращения – закон целостности, закон типизации, закон контрастов.
18. Композиционные формы рекламного обращения.
19. Принципы взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.
20. Технология исследования рекламного обращения.
21. Изобразительные средства рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.).
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. Использование приемов риторики и языковой игры в создании слогана. Критерии оценки слогана.

МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

1. Понятия «рекламной идеи» и идеи бренда (торговой марки) – общее и различное.

2. Рекламная идея, как инструмент развития «смысла бренда».
3. Цели и задачи оформления рекламной идеи.
4. Рекламная идея как основа рекламного обращения.
5. Понятие рекламного образа.
6. 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.).
7. Экономия и сжатие пространства и времени как принципы рекламной драматургии.
8. Звуковое решение рекламного фильма.
9. Функции звука в рекламе (фоновая, символизирующая).
10. Слово и слоган в рекламе.
11. Игровые модели рекламного обращения.
12. Типы телевизионных рекламных обращений.
13. Рекламная телеинформация: рекламные фильмы, рекламные телепередачи.
14. Сюжетно-драматические и эмоционально-ассоциативные фильмы.
15. Соотношение изображения и текста в печатной рекламе.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Задание 1. Звонки в рекламное агентство с двух телефонов. Условия игры: звонки одновременно входящий - потенциальный заказчик и исходящий - постоянный заказчик. Обучающемуся необходимо выбрать приоритеты, определить критерии выбора приоритетов в задаче «потенциальный заказ против оплаченного заказа». Обсудить возможные способы выхода из критической ситуации с минимальными последствиями. Разделение функций отдела продаж и клиент-отдела. Объединение функций продавца и клиент-менеджера. Поиск компромисса в двух подходах в связке «продавец - менеджер клиентского отдела».

Задание 2. Связка клиент-менеджер - креативный отдел. Постановка технического задания на разработку рекламного продукта. Составить креативный бриф с учетом следующих пунктов: название продукта; формат, общая информация, цель проекта, целевая группа; главные достоинства продукта; потребительские предрассудки; суть сообщения; обязательные компоненты; конкуренты; временные рамки; бюджет и производство. Проанализировать вопросы о контроле за качеством и сроками выполнения заказа. Указать специфику ролей арт-директора и копирайтера в разработке креатива. Обсуждение подготовленного креативного брифа в группе (участники группы выполняют функции сотрудников рекламного агентства и рекламодателя).

Задание 3. Проанализировать в телевизионном эфире выбранные рекламные обращения с точки зрения рекламных стратегий и эволюции рекламы во времени. Выделить основные стратегии. Рассмотреть отдельные

примеры в стратегии. Описать их структурные и композиционные особенности. Объяснить, почему они используются. Объяснить, почему мало используются другие стратегии. Определиться в собственных приоритетах в концепции и структуре рекламного обращения.

Задание 4. Текстовая презентация самого себя по теме «*почему я хочу работать в рекламе*». Обсуждение основных идей, примененных в презентации.

Задание 5. Проанализировать рекламные обращения мировых брендов за последние 2 года. Ответить на вопрос, как рекламная идея обыгрывает идею бренда.

Задание 6. Внести изменения в предложенный комиссией рекламный текст с целью повысить его читаемость и убедительность.

Задание 7. Выбрать запомнившийся рекламный ролик и проанализировать каким образом формулировалось его творческое задание.

Задание 8. Подобрать примеры использования различных творческих приемов в вербальной и невербальной части рекламных продуктов.

Задание 10. Проанализировать «неудачные» рекламные обращения с точки зрения неправильного использования приемов построения.

Задание 11. Придумать продолжение серийной рекламы, а также сопровождающие её иллюстрации.

Задание 12. Подобрать примеры рекламных заголовков и слоганов разных типов. Дать им оценку. Предложить свои варианты эффективных слоганов и заголовков.

Задание 13. Придумать рекламный слоган, отражающий заданную комиссией концепцию позиционирования товара на рынке.

Задание 14. Адаптировать слоган, включающий непереводимую игру слов, для инокультурной аудитории.

Задание 15. Выбрать аудиторию и создать рекламный тест о своем учебном заведении, рассчитанном на: 1) абитуриентов дневного отделения; 2) их родителей; 3) абитуриентов заочного отделения; 4) потенциальных спонсоров 5) работодателей.

4.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются Оценивание результатов квалификационного экзамена, продемонстрированных обучающимися в рамках экзамена, происходит на основании Положения о квалификационном экзамене по профессиям рабочих, должностям служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение в рамках основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования от 07.06.2016 за №1003.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.02 «Производство рекламной продукции»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалистов по рекламе.

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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы
Протокол № 10 от «10» мая 2022 года

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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 (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 986 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 806 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 580 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 226 часов;

производственной практики – 180 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.02

ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика			
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>		
			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 1.1 - 1.5, 2.1 – 2.3	Раздел 1. Выполнение рекламных проектов в материале	174	110	110	-	64	-	-	180		
	Раздел 2. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	152	102	66	+	50	+				
	Раздел 3. Техника и технологии рекламной фотографии	168	122	122	-	46	-				
	Раздел 4. Техника и технологии рекламного видео	174	122	122	-	52	-				
	Раздел 5. Рекламный копирайтинг	34	34	34	-	-	-				
	Раздел 6. Организация и медийное сопровождение событий	52	42	14	-	10	-				
	Раздел 7. Современные технологии социальной рекламы и пиар	52	48	16	-	4	-				
	Учебная практика	-	-								
	Производственная практика (по профилю специальности)	180	-								
	Экзамен квалификационный	0	-								
	Всего:	986	580	484	+	226	+	180			

* Раздел профессионального модуля – часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

ПМ.02 Производство рекламной продукции

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	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 02.	Производство рекламной продукции	986	
МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале		174	
Тема 1.1 Методика художественно-конструкторского объемного макетирования	Содержание. Практические занятия	30	1, 2
	1. Введение. Роль макетирования в художественно-конструкторской деятельности. 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		
	2. Пространственная среда предмета. 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. Эстетика и технологичность конструирования 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.	Художественное конструирование. Художественно-конструкторский анализ: исследование исходной ситуации и построение объекта проектирования. Функционально-эргономический и конструктивно-технологический анализ. 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.		
5.	Методика проектирования предмета. 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.		
6.	Эскизное проектирование. Наброски графически (или пластически) Проектирование двумя путями -«изнутри» и «извне». Эскизные варианты. Объемное проектирование. Макетирование. Материалы в макете: глина, пластилин, гипс, пенопласт, различные пластмассы, дерево, картон, бумага, пластически подвижные материалы, легко режущиеся материалы. Конструкция изделия. Воплощение в материале.		
7.	Виды и особенности макетов. Черновые (поисковые) макеты. Чистовые макеты. Демонстрационные макеты. Сочетание демонстрационного макета и технической документации. Особенности макетов. Выполнение проекта на планшете. Иллюминированные (многоцветные) или отмытые чертежи тушью. Ортогональные проекции — вид спереди, вид сбоку, сверху и разрез.		
8.	Кинематическая схема. Компонентная схема. Перспективное изображение. Светотень в передаче внешнего вида, облика. Модификация изделия. Художественно-конструкторский проект. Разработка узлов и элементов конструкций. Проверка осуществимости и целесообразности предложенных решений. Анализ с инженерных позиций.		
9.	Схема компоновки. 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.		
Тема 1.2 Формообразование	Содержание. Практические занятия		30	1, 2
	1.	Общие правила технологического формообразования. 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.	Понятие технологичности. 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.	Объект - как основа формообразования. Основные методы формообразования. Рациональность. Тектоника. Структурность. Гибкость. Целостность. Пластика формы. Органичность. Образность. Систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторика). Преобразующие методы формообразования (стилизация и трансформация). Трехмерные изображения. Операции с трехмерными изображениями и отображение их на чертеже		
Тема 1.3. Требования к выбору материалов	Содержание. Практические занятия		30	1, 2
	1.	Материалоемкость и компактность. 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.	Безопасность и экономичность. Характеристики: долговечность, морозостойкость, влагостойкость, биостойкость, стойкость против коррозии, огнестойкость. Возможности максимального безотходного использования и минимальной стоимости.		
	3.	Технологические требования к материалам. Пластичность, легкоплавкость, жидкотекучесть, обрабатываемость резанием, термообрабатываемость, Формуемость и формоустойчивость, прочность, растяжимость, жесткость.		
	4.	Эксплуатационные требования к материалам Прочность. Износостойкость. 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.		
	5.	Декоративные качества конструкционных материалов. Цвет. Фактура. Текстура. Блеск. Классификация отделочно-декоративных материалов. 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		
	6.	Отделочные наружные и внутренние работы. 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). Наружные работы. Облицовка, декоративная и обычная штукатурка.		
	7.	Отделочные декоративные материалы. Гипсокартон. Комплектующие для монтажа гипсокартона. Обои, стеклообои. Фотообои. Фотопанели. Штукатурка декоративная. Отделочные панели: ЦСП, ДСП, МДФ. Отделочно-защитные покрытия. Грунтовки. Шпатлевки. Порозаполнители и составы порозаполнителей. Лаки и политуры для прозрачной отделки. Краски и эмали для непрозрачной отделки. Олифы и другой современный материал		
	8.	Структура дизайн - продукта как комплекс компонентов. Стабильные и мобильные компоненты. Тектоника формы. Форма и материал. Объективные особенности функционально-технической компоновки объекта (принципы технического решения, его эффективность, новизна, рациональность конструкций и т.д.)		
	9.	Тектоническая выразительность. Тектоническая структура. Нацеленность визуальных предложений (композиционная структура, цветовая гамма, выразительность формы и пр.) Стилистическое решение. Классификация стилей в дизайне. Смысловое единство постоянных дизайнерских элементов, обеспечивающих визуальное восприятие товаров. Цветовые, графические, словесные, типографические элементы		
	10.	Фирменный стиль и мода. Понятие «фирменный стиль». Основные носители фирменного стиля. Эмблема, товарный знак. Промышленный продукт. Назначение промышленного продукта, предметно-пространственного комплекса.		
Тема 1.4. Выполнение эталонных образцов объектов	Содержание. Практические занятия		20	1, 2
	1.	Выполнение отдельных элементов эталонных образцов объектов в макете. Основные приемы макетирования. Основные технологические		

	<p>операции при изготовлении макетов объемно-пространственных объектов. Выполнение плоскостных композиций из линейных элементов. 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>		
2.	<p>Выполнение вертикальных плоскостных композиций из линейных элементов. Фигуративность и орнаментальность изображения со сравнительно неглубоким рельефом. Ньюансные соотношения между элементами</p> <p>Выполнение горизонтальных плоскостных композиций из линейных элементов. Соотношение высот, перепады уровней, взаимодействие их отдельных частей. Выполнение пластических приемов разработки поверхности. Пластическое решение поверхности с элементами объемной формы.</p>		
3.	<p>Разработка поверхностей с применением ордера. Трансформация чертежа в выкройку-развертку с учетом обозначения линий на чертеже. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги. Составные части макета. Разработка шаблонов по чертежам для изготовления макетов.</p>		
4.	<p>Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги. Пластическая разработка горизонтальной плоскости, ландшафтный макет. Элементы жесткости. Жесткие пространственные каркасы. Способы соединения: встык (на ребро), при помощи отворотов краев бумаги. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов. 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>		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 1 ПМ 02.		64	2,3
<p style="text-align: center;">Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>Строительный чертеж. 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</p> <p>Чертежи построения разверток геометрических тел. Развертка конуса, куба, призм, пирамиды, цилиндра. Чертежи разверток многогранников. Тетраэдр. Октаэдр. Икосаэдр. Додекаэдр.</p>			

<p>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</p> <p>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.</p> <p>Чертежи оборудования городского пространства. Скамьи. Урны. Цветочницы. Фонтаны. Технические рисунки оборудования городского пространства.</p>			
МДК 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа		152	
Тема 2.1. Введение	Содержание	2	1,2
	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.		
	Лабораторные занятия	8	1,2
	1. Средства мультимедиа технологии. Области применения		
	2. Классы систем мультимедиа. Основные типы мультимедиа продуктов.		
Тема 2.2. Основные понятия мультимедиа	Содержание	2	1,2
	1. Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока.		
	2. Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов.		
Тема 2.3. Использование текста в мультимедиа системах	Содержание	2	1,2
	1. Специфика использования текста в мультимедиа продуктах. Гипертекст. Шрифты и их разделение по графической основе. Основные форматы текстовых файлов		
	Лабораторные занятия	10	1,2
1. Разработка гипертекстовых страниц с использованием CSS.			
Тема 2.4. Использование изображений в мультимедиа системах	Содержание	2	1,2
	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	Содержание		2	1,2		
	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	Содержание		2	1,2		
	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.				
	Лабораторные занятия				10	1,2
	1	Создание анимации с помощью JavaScript.				
2	Разработка анимации в Adobe Flash.					
Тема 2.7. Представление 3D данных	Содержание		2	1,2		
	1	Трёхмерная графика и технология 3D моделирования. Преобразования в трёхмерном 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. Трёхмерные и стереоскопические дисплеи.				
	Лабораторные занятия				20	1,2
	1	Создание VRLM сцен.				
2	Построение 3D моделей в Google SketchUp.					
Тема 2.8. Видео. Звук	Содержание		4	1,2		
	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: M-JPEG, MPEG-1, MPEG-2, H.264, DivX, XviD. ПО для нелинейного видеомонтажа				

	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.		
	Лабораторные занятия		20	1,2
	1	Обработка звука в Audacity или Adobe Soundbooth.		
	2	Анализ и конвертация видео данных с помощью VirtualDub.		
	3	Нелинейный видеомонтаж в Adobe Premier.		
Тема 2.9. Носители информации для хранения мультимедиа данных. Этапы и технология создания мультимедиа продуктов	Содержание		2	
	1	Классификация носителей информации. Обзор существующих носителей мультимедиа данных: CD, DVD, Bluray. ПО для формирования и записи мультимедиа данных на носители информации		
	2	Последовательность разработки продукта. Основные приемы и инструменты, используемые в мультимедиа-продуктах.		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 2 ПМ 02.			50	1,2
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
Подготовка презентаций на тему:				
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.				
2. Интерфейсы для подключения мультимедиа-устройств, MIDI.				
3. Графические ускорители и видеоплаты.				
4. Звуковая плата. Акустические системы.				
5. Шина AGP. Шины USB и FireWire.				
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.				
МДК 02.03. Техника и технологии рекламной фотографии			168	
Тема 3.1. Техника	Лабораторные занятия		20	1,2

фотографии	1.	Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки		
	2.	Основы экспонометрии		
	3.	Свет и освещение		
	2	Светофильтры и оптические насадки		
Тема 3.2. Технология фотографии	Лабораторные занятия		60	1,2
	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.		
10	Фоторепортаж.			
Тема 3.3. Обработка фотоматериалов	Лабораторные занятия		22	1,2
	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.			
Тема 3.4. Цветная фотография	Лабораторные занятия		20	1,2
	1	Цветоделение и цветовоспроизведение.		
	2	Особенности съемки цветной фотографии.		
	3	Основы цифровой обработки фотоизображения и вывода их на печать		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 3 ПМ 02.			66	1,2,3
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
1.	Подготовить таблицу классификации фотоаппаратов			
2.	Подготовить таблицу шкал для определения глубины резкости			
3.	Составить экспозиционную таблицу			
4.	Произвести сюжетную съемку. Анализ фотографии			
5.	Произвести съемку с использованием символов.			
6.	Съемка жанрового портрета. Анализ фотографии			
7.	Съемка пейзажа. Анализ фотографии			

8.	Съемка интерьера. Анализ фотографии		
9.	Съемка натюрморта. Анализ фотографии		
10.	Съемка портрета. Анализ фотографии		
11.	Спортивная съемка. Анализ фотографии		
12.	Съемка животных. Анализ фотографии		
13.	Комбинированная съемка. Анализ фотографии		
14.	Фоторепортаж. Репортажная съемка. Анализ фотографий		
15.	Подготовить презентацию «Эффекты в фотопечати»		
16.	Съемка авторского проекта. Анализ фотографии. Монтаж фотографий		
МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео		174	
Тема 4.1. Кино и телевидение – виды экранного пространственно-временного искусства	Лабораторные занятия		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	
Тема 4.2. Технические средства видеосъемки	Лабораторные занятия		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	
	5	Естественный и искусственный свет. Экспонетрия	
Тема 4.3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции	Лабораторные занятия		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)	
	8.	Монтажно-тонировочный период	
Самостоятельная работа при изучении Раздела 4 ПМ 02.		52	1,2,3

Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовить обзор источников на тему: «Телевидение как вид искусства: телевизионный фильм, информация и реклама» 2. Подготовить доклад об истории рекламного ролика. 3. Подготовить обзор видов съемочной аппаратуры. 4. Подготовить схему анализа фотокамеры и видеокамеры. 5. Подготовить обзор пленочного и цифрового оборудования. 6. Подготовить обзор творческих возможностей приемов съемки. 7. Подготовить схему панорамы. 8. Подготовить сценарный план. 9. Подготовить доклад об изобразительных особенностях оптики 10. Подготовить схему анализа источников света. 11. Написать сюжет для съемки 12. Подготовить сценарий рекламного ролика. 13. Снять учебный рекламный сюжет. 14. Подготовить сценарий. Подобрать актеров для съемки. 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. 			
МДК.02.05. Рекламный копирайтинг		34	
Тема 5.1. Понятие копирайтинга	Содержание	4	1,2
	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.		
Тема 5.2. Речевое воздействие и технология аргументации в рекламе	Содержание	10	1,2
	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.		
		Практические занятия	6	1,2
	1	Речевое воздействие и его предпосылки (психологические, социальные, когнитивные, лингвистические и другие).		
	2	Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект.		
	3	Аргументации и успешность рекламного сообщения.		
Тема 5.3. Оптимизация рекламного текста		Содержание	14	1,2
	1	Понятие оптимизации текста. Поисковая оптимизация текста. Оптимизация рекламного текста		
	2	Поисковая оптимизация как инструмент продвижения товара, услуги. Работа с платформами ЯндексДирект и Google		
	3	Торговая карточка товара/услуги как объект поисковой оптимизации.		
	4	Оптимизация рекламного текста для аккаунтов/блогов/влогов в социальных сетях		
		Практические занятия	14	1,2
	1	Поисковая оптимизация как инструмент продвижения товара, услуги. Работа с платформами ЯндексДирект и Google		
	2	Торговая карточка товара/услуги как объект поисковой оптимизации		
	3	Оптимизация рекламного текста для аккаунтов/блогов/влогов в социальных сетях		
		Самостоятельная работа при изучении Раздела 5 ПМ 02.	-	1,2
МДК.02.06. Организация и медийное сопровождение событий			52	

Тема 6.1. История медиа	Содержание		6	1,2
	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	Содержание		4	1,2
	1	Мега-ивент как элемент креативной экономики 1970-1990-ые гг.		
	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	Содержание		8	1,2
	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		
	Практические занятия		4	
	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		
Тема 6.4. Технологии	Содержание		4	1,2

привлечения средств/ресурсов на социально-значимое мега-событие	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		
	Практические занятия		4	
	1	Фандрайзинг, спонсорство и благотворительность как технологии привлечения средств на социально-значимое мега-событие		
	2	Управление человеческими ресурсами: тайм-менеджмент, риск-менеджмент		
Тема 6.5. Репутационный менеджмент	Содержание		4	1,2
	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		
	Практические занятия		2	1,2
	1	Методы исследования репутации (репутационный аудит).		
Тема 6.6. Работа со СМИ в рамках общественных проектов	Содержание		2	1,2
	1	Организация работы. Управление информацией. Структура информационной работы с внешней аудиторией. Типичные ошибки в работе со СМИ.		
	Практические занятия		2	
	1	Составление пресс-релиза		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 6 ПМ 02.			10	1,2
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
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				
МДК.02.07. Современные технологии социальной рекламы и пиар			52	
Тема 7.1. Социальная реклама и её базовые понятия.	Содержание		4	1,2
	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.		
	Практические занятия		2	1,2
	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.	Содержание		6	1,2
	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		
	Практические занятия		2	1,2
	1	Социальные технологии как инструмент достижения взаимопонимания и гармоничных отношений с социальной общественностью		
Тема 7.3. Социальная ответственность общества средствами рекламы и PR.	Содержание		4	1,2
	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 здравоохранения на практических примерах.		
	Практические занятия		2	1,2
	1	Пропаганда и утверждение здорового образа жизни средствами PR Формирование общественного мнения и проведение PR-кампаний в поддержку системы здравоохранения / реформы системы здравоохранения на практических примерах.		
Тема 7.4. Основные характеристики социальной рекламы в коммерческой сфере	Содержание		4	1,2
	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 фандрайзинг	Содержание		10	1,2
	1	Спонсорство: определение, основные характеристики. Цели и формы спонсорства. Спонсоринг.		
	2	Благотворительность: определение, специфика, общие и частные цели и принципы.		
	3	Спонсорство и благотворительность: общее и отличное. Основные сферы благотворительности и спонсорства		
	Практические занятия		6	1,2
	1	Спонсоринг		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 7 ПМ 02.			4	1,2
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
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				
Производственная практика			180	
Виды работ:				
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.				
Всего			986	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинетов «Проектирования рекламного продукта», «Шрифтовой и художественной графики», лабораторий компьютерного дизайна, информационных и коммуникационных технологий, компьютерной графики и видеомонтажа, фотолабораторий, студий видеостудия и фотостудия.

Оборудование учебного кабинета: 96 лавок, 94 парты, доска комбинированная Board SYS ТЭ1*400К, компьютер ПЭВМ НИКС А5000-ITX и монитор Acer 21.5" Viseo223DXb с выходом в Интернет, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: проектор Epson EB-1430Wi; внешний пульт управления в комплекте; кронштейн (крепление) настенный в комплекте; модуль беспроводной сети Wi-Fi Epson ELPAP07; видеочамера AXIS M5014.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

Оборудование студии и рабочих мест студии: 96 лавок, 94 парты, доска комбинированная Board SYS ТЭ1*400К, компьютер ПЭВМ НИКС А5000-ITX и монитор Acer 21.5" Viseo223DXb с выходом в Интернет, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: проектор Epson EB-1430Wi; внешний пульт управления в комплекте; кронштейн (крепление) настенный в комплекте; модуль беспроводной сети Wi-Fi Epson ELPAP07; видеочамера AXIS M5014.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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>

Дополнительные источники:

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:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Производство рекламной продукции» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Производство рекламной продукции».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	Знать и применять методы психологического воздействия на потребителя	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Знать и применять выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	Выбирать методы проектирования рекламного продукта	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Знать и применять приемы и принципы составления рекламного текста	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Применять знания о композиции, шрифтовой и художественной графики в рекламе	
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Владеть навыками выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Уметь: осуществлять	

	<p>фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта.</p> <p>Знать: технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;</p>	
<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии</p>	<p>Владеть навыками построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.</p> <p>Уметь: использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы</p>	
<p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале</p>	<p>Владеть навыками подготовки к производству рекламного продукта.</p> <p>Уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.</p> <p>Знать: технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной</p>	

	обработки графики, аудио-, видео-.	
--	------------------------------------	--

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

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.	демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет порученные задания. – применяет знания и умения на практике	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	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету сотрудника; – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях; – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных	

	<p>ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом. 	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Осуществляет эффективный поиск необходимой информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> –использует различные источники информации, включая электронные; –анализирует информацию из различных источников; – понимает способы поиска и анализа информации; – пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий; – грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем; – умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач 	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p>	<p>владеет компьютерными навыками;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»; – работает с информационными справочно-правовыми системами; – владеет навыками работы в сети Интернет; – работает с электронной 	

	<p>почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применяет основные функции и принципы делового общения; – использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности. 	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами</p>	<p>взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимает общие цели; – формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат;</p> <ul style="list-style-type: none"> – делает анализ и коррекцию результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности. 	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием 	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает 	

	потенциальных кандидатов на вакантные должности	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	– владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет основами экологической, информационной и коммуникативной культурой.	

5.1. Перечень вопросов, выносимых для получения по междисциплинарному курсу

МДК. 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

1. Рекламный проект: понятие виды, сферы применения.
2. Виды проектных материалов. Особенности применения в проектной рекламной деятельности.
3. Ассортимент, свойства, методы испытаний и оценки качества материалов, применяемых в макете
4. Этапы рекламного проектирования.
5. Роль макетирования в художественно-конструкторской деятельности.
6. Пространственная среда предмета
7. Эстетика и технологичность конструирования
8. Художественное конструирование
9. Методика проектирования предмета
10. Эскизное проектирование.
11. Виды и особенности макетов
12. Общие правила технологического формообразования
13. Понятие технологичности
14. Объект - как основа формообразования. Основные методы формообразования
15. Систематизирующие методы формообразования
16. Выполнение отдельных элементов эталонных образцов объектов в макете
17. Выполнение плоскостных композиций из линейных элементов
18. Выполнение вертикальных плоскостных композиций из линейных элементов
19. Выполнение горизонтальных плоскостных композиций из линейных

элементов.

20. Выполнение пластических приемов разработки поверхности
21. Разработка поверхностей с применением ордера
22. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги
23. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги
24. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов

МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

1. История развития мультимедиа.
2. Средства мультимедиа технологии. Области применения.
3. Классы систем мультимедиа.
5. Основные типы мультимедиа продуктов.
6. Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока.
7. Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов.
8. Специфика использования текста в мультимедиа продуктах.
9. Гипертекст
10. Шрифты и их разделение по графической основе.
11. Основные форматы текстовых файлов.
12. Растровые, векторные и фрактальные изображения.
13. Основные понятия растровой и векторной графики. Достоинства и недостатки разных способов представления изображений.
14. Параметры растровых изображений. Разрешение. Глубина цвета. Тоновый диапазон.
15. Классификация современного программного обеспечения обработки графики.
16. Физиологический аспект зрительного восприятия движения. Виды анимации.
17. Анимация по ключевым кадрам, запись движения, процедурная анимация, программируемая анимация.
18. ПО для создания анимации
19. Анимация для Web
20. DHTML и объектная модель Web-Документа.
21. Работа с анимацией посредством каскадных таблиц стилей (CSS)
22. Возможности JavaScript для создания анимации на Web-страницы. Работа со слоями. Обработка событий.
23. Action-Script - язык работы с приложениями Flash.
24. Трехмерная графика и технология 3D моделирования.
25. Преобразования в трехмерном пространстве.
26. Получение реалистических 3D изображений. Алгоритмы удаление скрытых линий и поверхностей.
27. Рендеринг. Расчет освещения. Наложение текстур. Тени и полупрозрачные объекты.
28. ПО для построения и визуализации 3D модели. VRML - язык

- моделирования виртуальной реальности.
29. Трёхмерные и стереоскопические дисплеи.
 30. Типы видеосигналов.
 31. 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
 32. Форматы видеофайлов (AVI, MOV, MKV, SWF, MPG, 3GP). Методы сжатия видеоинформации. Форматы цифрового кодирования и сжатия: MJPEG, MPEG-1, MPEG-2, H.264, DivX, XviD
 33. ПО для нелинейного видеомонтажа.
 34. Специфика использования звука в мультимедиа продуктах.
 35. Методы кодирования звука. Частотная модуляция. Дискретизация.
 36. Цифровая фильтрация звуковых сигналов.
 37. Форматы звуковых файлов (MP3).
 38. Методы синтеза звука. MIDI.
 39. ПО для обработки звука.
 40. Классификация носителей информации.
 41. Обзор существующих носителей мультимедиа данных: CD, DVD, Blu-ray
 42. ПО для формирования и записи мультимедиа данных на носители информации
 43. Последовательность разработки продукта.
 44. Основные приемы и инструменты, используемые в мультимедиа-продуктах.
 45. 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.
 46. Интерфейсы для подключения мультимедиа-устройств, MIDI.
 47. Графические ускорители и видеоплаты.
 48. Звуковая плата. Акустические системы.
 49. Шина AGP. Шины USB и FireWire.
 50. Устройства управления и указания.
 51. Цифровые фотоаппараты. Цифровое видео. Web-камера.
 52. Цифровое телевидение.
 53. Средства виртуальной реальности.
 54. Портативные устройства мультимедиа. MIDI-клавиатуры.

Перечень примерных тем курсовых работ:

1. WEB-сайт как основной носитель рекламы в интернете
2. Особенности применения компьютерной графики при разработке дизайна календарной продукции как носителя рекламы

3. Применение компьютерной графики при верстке и художественной обработке текста в различных видах рекламного плаката
4. Влияние цветового оформления биллборда как вида наружной рекламы на эмоциональное восприятие целевой аудитории
5. Особенности оформления журнальной печатной рекламы для воздействия на эмоциональное восприятие потребителя
6. Влияние на потребителя цветового оформления суперсайта как носителя наружной рекламы
7. Особенности разработки фирменного персонажа как элемента фирменного стиля при рекламировании товаров и услуг для детей
8. Древние корни народного искусства, использование в рекламе
9. Использование изображений растений в рекламе
10. Использование в наружной рекламе специальных эффектов программ компьютерной графики
11. Использование изображений животных в полиграфической рекламе
12. Изображения растений в создании фирменного знака
13. Использование изображения животных в создании фирменного знака
14. Образ человека в создании фирменного знака
15. Использование образа известных исторических личностей как эффективный прием в рекламе
16. Использование образа известных исторических событий как эффективный прием в рекламе
17. Использование образа человека в полиграфической рекламе.
18. Использование компьютерной графики при проектировании дизайна выставочной рекламы
19. Использование пейзажа в рекламе
20. Использование рисованных изображений в рекламе
21. Использование уникального торгового предложения и информационно-побудительной информации в упаковке для стимулирования сбыта
22. Фотография и компьютерная графика. Использование фотографии в метрорекламе
23. Использование компьютерной графики в видеорекламе.
24. Коллаж в рекламе
25. Особенности применения компьютерной графики при разработке дизайна интерьерной вывески как вида рекламы в местах продаж
26. Коррекция цветных изображений в растровой графике.
27. Применение креативных технологий при разработке билборда
28. Применение компьютерной графики при разработке календаря как вида полиграфической продукции
29. Образно-ассоциативные связи в печатной рекламе.
30. Одежда фирменного персонала как носитель фирменного стиля.
31. Сувенирная рекламная продукция как инструмент воздействия на потребителя в процессе проведения выставки
32. Особенности разработки дизайна каталога как вида полиграфической продукции

33. Особенности оформления дизайна билборда как вида наружной рекламы с применением компьютерной графики
34. Компьютерная графика в разработке дизайна выставочного раздаточного материала, особенности создания
35. Особенности применения компьютерной графики при оформлении брендмобилей как носителей рекламы на транспорте
36. Особенности оформления рекламы в метро
37. Особенности оформления социальной печатной рекламы
38. Оформление интерьера как вид рекламной продукции
39. Особенности применения компьютерной графики при разработке дизайна листовки как вида полиграфической рекламы
40. Применение эффектов в векторной графике
41. Разработка дизайна рекламного плаката как вида рекламной полиграфии
42. Особенности применения компьютерной графики при разработке логотипа
43. Разработка дизайна рекламного буклета, как вида полиграфической рекламы
44. Разработка дизайна логотипа как элемента фирменного стиля
45. Растровая графика для WEB– дизайнера.
46. Разработка дизайна рекламного баннера как основного носителя рекламы в Интернет
47. Реклама и упаковка, особенности применения компьютерной графики в дизайне
48. Применение компьютерной графики при создании дизайна упаковки
49. Особенности применения компьютерной графики при создании полноцветного изображения в дизайне упаковки
50. Особенности дизайна каталога как вида рекламной полиграфии
51. Сувенирная продукция, как носитель фирменного стиля.
52. Компьютерная графика в оформлении вагонной рекламы как вида рекламы в метро
53. Оформление листовки как вида печатной рекламы с учетом деятельности Заказчика
54. Особенности разработки дизайна календарей как носителей рекламы
55. Особенности применения компьютерной графики при разработке дизайна рекламного плаката, как вида рекламы.
56. Фотография в разработке рекламного каталога как вида полиграфической продукции
57. Цветовое решение интерьера учебного заведения с целью повышения работоспособности студентов
58. Особенности оформления рекламного каталога как вида печатной рекламы с применением компьютерной графики
59. Применение средств компьютерной графики при разработке / создании рекламного продукта / использовании рекламной технологии (по выбору студента).

МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

Теоретические вопросы:

1. Рекламная фотография: понятие, история развития и ведущие фотографы рекламной фотоиндустрии в России (персоналии по выбору обучающегося).

2. Рекламная фотография: понятие, история развития и ведущие фотографы рекламной фотоиндустрии зарубежом (персоналии по выбору обучающегося).

3. Рекламная фотография как вид искусства.

4. Место рекламной фотографии в видовой классификации коммерческой фотографии. Основные отличия от других видов коммерческой фотографии: репортажной, свадебной, стоковой, фотосъемки мероприятий, портретной съемки.

5. Основы фотокомпозиции: перспектива, план, цвет, свет, фон, объект.

6. Видовая характеристика рекламной фотографии: предметная фотосъемка, интерьерная фотосъемка, макросъемка.

7. Жанровая характеристика рекламной фотографии: каталожная фотография, имиджевая фотография, предметная фотография, интерьерная фотография, деловой портрет, политический портрет, жанровый портрет, портретная фотография одежды, ювелирных изделий и аксессуаров.

8. Рекламная каталожная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

9. Рекламная имиджевая фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

10. Рекламная предметная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

11. Рекламная интерьерная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

12. Деловой портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (постановочный, репортажный), история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

13. Политический портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (постановочный, репортажный), история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

14. Жанровый портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (спортивный, исторический, юмористический, пародийный и т.д.),

история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

15. Портретная фотография одежды, ювелирных изделий и аксессуаров: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

16. Фэшн-фотография как рекламная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

17. Натюрморт как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

18. Пейзаж как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

19. Экстремальная фотосъемка как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

20. Фотосъемка архитектуры как поджанр интерьерной рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

Практические задания:

1. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанрового портрета (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

2. Разработка концепции рекламного продукта на основе портретной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

3. Разработка концепции рекламного продукта на основе натюрморта (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

4. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанрового портрета (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

5. Разработка концепции рекламного продукта на основе интерьерной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

6. Разработка концепции рекламного продукта на основе пейзажной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда

товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

7. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанровой символической фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео

1. Графическое оформление рекламного видео материалы: этапы и компоненты.
2. Основы сценографии видеоролика: от текста (концепции) к съёмке.
3. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": титры, графика, фон для титров.
4. Музыка и музыкальные эффекты, шумы в оформлении рекламного видео.
5. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": виды надписей, шрифты.
6. Виды оборудования для звукозаписи.
7. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": формы графики, спецэффекты.
8. Звуковые дорожки как компоненты рекламного видео.
9. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": обработка кадра, изображения, пространства.
10. Синтетический звук в рекламном видео: причины и принципы применения.
11. Рекламное видео: понятие определения, история явления.
12. Функционал и принципы работы режиссера рекламного видео.
13. Виды рекламного видео.
14. Функционал и принципы работы монтажера рекламного видео.
15. Жанры рекламного видео.
16. Функционал и принципы работы звукорежиссёра рекламного видео.
17. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": инструменты и методы их выбора.
18. Звуковой баланс рекламного видео.
19. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": электронные эффекты, временные эффекты.
20. Монтажный цех, студия озвучивания.

Практические задания:

1. Разработать новую концепцию обработки звука и звукового образа рекламного видео (видеоматериал по выбору студента).
2. Проанализировать звуковое оформление видеоролика: звуковой баланс, типы записей, обработка звука, качество звука, звуковой образ (рекламное видео по выбору студента).

3. Подготовить текст для титров рекламного видеоролика (рекламное видео по выбору студента).
4. Разработать новую концепцию обработки звука и звукового образа рекламного видео (видеоматериал по выбору студента).
5. Разработать новую концепцию графического оформления рекламного видео: титры, виды надписей, шрифты
6. Естественное появление искусственных элементов в рекламном видео: проанализировать видеоматериал (по выбору студента).
7. Разработать новую концепцию применения временных эффектов для рекламного видео (материал по выбору студента).
8. Разработать новую концепцию применения спецэффектов для рекламного видео (материал по выбору студента).
9. Подготовить интервью для рекламного видео (материал по выбору студента).
10. Разработать новую концепцию применения графики для рекламного видео (материал по выбору студента).

МДК 02.05 Рекламный копирайтинг

1. Понятие копирайтинга в широком и узком смысле.
2. Роль, место и обязанности копирайтера в системе рекламного агентства и других рекламных структурах.
3. Особенности взаимодействия копирайтера с другими специалистами по рекламе и представителями рекламодателя: этико-правовой аспект и проблема делового общения.
4. Требования к уровню подготовки копирайтера.
5. Широкое и узкое понимание речевого воздействия. Проблема соотношения понятий – «воздействие», «влияние», «управление», «манипулирование».
6. Предпосылки речевого воздействия (психологические, социальные, когнитивные, лингвистические и другие).
7. Фонетический и грамматический потенциал языка при речевом воздействии.
8. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект.
9. Понятие, стили и типологии аргументации. Аргументации и успешность рекламного сообщения.
10. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект.
11. Понятие оптимизации текста. Поисковая оптимизация текста. Оптимизация рекламного текста
12. Поисковая оптимизация как инструмент продвижения товара, услуги. Работа с платформами ЯндексДирект и Google
13. Торговая карточка товара/услуги как объект поисковой оптимизации.
14. Оптимизация рекламного текста для аккаунтов/блогов/влогов в социальных сетях.

МДК 02.06 Организация и медийное сопровождение событий

1. Роль мега события в регенерации городов 1980-1990-ые гг.
2. Международные мероприятия, форумы, фестивали как факторы социально-экономической региона.
3. Мега события Олимпийского движения
4. Олимпийские игры: социокультурный и экономический капитал населения
5. Мега событие как элемент неолиберальной культурной политики 2000-2016 гг.
6. Принципы политического взаимодействия при организации мега событий.
7. Международные кино-фестивали, премии и музыкальные фестивали как элементы территориального брендинга.
8. Цели и задачи мега событий в контексте регенерации территорий и индустрий.
9. Процесс организации мега событий в условиях «общественного менеджмента» и «неолиберализма»: акторы, принципы взаимодействия, условия коммуникации, процесс принятия решения.
10. Дизайн мега события: от концепции до впечатлений участников.
11. Российская и британская модели медиа-сопровождения мега событий
12. Маркетинг мега-мероприятия. Привлечение участников и партнеров, спонсоров think-tanks, со-организаторов
13. Принципы европейского и отечественного менеджмента мега события.
14. 3 модели интегрированных маркетинговых коммуникаций Д. Пиктона и А. Бродерик, их роль в событийном менеджменте культурных агентств.
15. Формы обращения к донорам, партнерам, инвесторам и другим стейкхолдерам.
16. Основные методы и инструменты фандрайзинга социокультурного мега события.
17. Элементы стратегического планирования мега ивента: миссия, философия, видение, цели и задачи.
18. От потребностей жителей местности к задачам мега события: определение целевой аудитории и ее характеристик.
19. Экономика мега-ивентов: затраты, источники финансирования и дополнительных ресурсов.
20. Бизнес-планирование: основные компоненты, значение анализа рынка участников, презентаторов и посетителей мероприятий.

21. Концепция проекта, стратегия проекта, план проекта мега события: понятия, практики и документы.
22. Специфические функции рекламы и связей с общественностью, он-лайн и офф-лайн коммуникаций в сфере мега-ивентов.
27. Каналы распространения сообщений при организации и проведении мега-ивентов.
28. Риски конгрессно-выставочной и ивент-отрасли.
29. Технологии фандрайзинга: соло-фандрайзинг, каудфандинг, краудсорсинг, и др.
30. Тайм-менеджмент. Риск-менеджмент. Управление человеческими ресурсами.
31. Волонтерский менеджмент при проведении крупных событий.
32. Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.
33. Репутация и паблисити.
34. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность).
35. Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте.
36. Пирамида репутации Гр. Даулинга.
37. Стоимостные (экономические) методы оценки репутации.
38. Методики репутационного аудита.
39. Исследования групп корпоративных аудиторий в рамках репутационного менеджмента.
40. Рейтинги корпоративной репутации.
41. Методы формирования репутации.
42. Определение репутационной стратегии.
43. Особенности управления репутацией первого лица.
44. Инструменты репутационного менеджмента.
45. Программы корпоративной социальной ответственности в репутационном менеджменте.
46. Понятие корпоративного гражданства. Спонсорство, филантропия и благотворительность.
47. Традиции корпоративной благотворительности в мире и в России. Социальные программы известных компаний.
48. Основные международные стандарты социальной отчетности. Каналы информирования о социальных программах.
49. Методика анализа имиджа и репутации территории.
50. Стратегия формирования или коррекции репутации территории.
51. Инструменты формирования имиджа и репутации территории.

МДК 02.07 Современные технологии социальной рекламы и пиар

1. 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.
5. Корпоративная социальная ответственность и ее значение для развития и совершенствования социальной сферы.
6. Модели взаимодействия бизнеса, органов власти местного самоуправления в социальной сфере и их эффективность.
7. Социальное партнерство и его актуальность в решении проблем социальной сферы.
8. Социальные технологии как инструмент достижения взаимопонимания и гармоничных отношений с социальной общественностью
9. Взаимопонимание между коммерческой организацией и общественностью.
10. Стратегическая направленность PR-деятельности.
11. Место PR в организационной структуре управления.
12. Место социальной рекламы в коммерческой сфере.
13. Тематика социальной рекламы в коммерческой сфере.
14. Специфика социальной рекламы в коммерческой сфере.
15. Спонсорство: определение, основные характеристики.
16. Цели и формы спонсорства.
17. Спонсоринг.
18. Благотворительность: определение, специфика, общие и частные цели и принципы.
19. Спонсорство и благотворительность: общее и отличное.
20. Основные сферы благотворительности и спонсорства.

5.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
Академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не

более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Требования к выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

- титульный лист, содержание доклада;
- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование кафедры, фамилию обучающийся;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Презентация

Требования к презентациям

1. Объём презентации 20 -50 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - наименование кафедры;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, специальность, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражено обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Требования к выполнению Эссе(реферата)

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Тему реферата обучающийся выбирает самостоятельно, но если на одну тему претендует несколько обучающихся, на помощь приходит преподаватель. Список литературы к темам не дается, и обучающийся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающийся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата. Это правило касается и дипломных работ.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающийся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее

особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающийся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающийся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающийся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели;

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение учащихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок (<i>отлично</i>)
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий (<i>хорошо</i>)

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий (<i>удовлетворительно</i>)
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи (<i>неудовлетворительно</i>)
0 баллов	не аттестован

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПМ.02.ЭК ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа квалификационного экзамена **ПМ.02 «Производство рекламной продукции»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалистов по рекламе.

Рабочая программа квалификационного экзамена 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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы
Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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 (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 986 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 806 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 580 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 226 часов;

производственной практики – 180 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинетов «Проектирования рекламного продукта», «Шрифтовой и художественной графики», лабораторий компьютерного дизайна, информационных и коммуникационных технологий, компьютерной графики и видеомонтажа, фотолабораторий, студий видеостудия и фотостудия.

Оборудование учебного кабинета: 96 лавок, 94 парты, доска комбинированная Board SYS ТЭ1*400К, компьютер ПЭВМ НИКС А5000-ITX и монитор Acer 21.5" Viseo223DXb с выходом в Интернет, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: проектор Epson EB-1430Wi; внешний пульт управления в комплекте; кронштейн (крепление) настенный в комплекте; модуль беспроводной сети Wi-Fi Epson ELPAP07; видеочамера AXIS M5014.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

Оборудование студии и рабочих мест студии: 96 лавок, 94 парты, доска комбинированная Board SYS ТЭ1*400К, компьютер ПЭВМ НИКС А5000-ITX и монитор Acer 21.5" Viseo223DXb с выходом в Интернет, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: проектор Epson EB-1430Wi; внешний пульт управления в комплекте; кронштейн (крепление) настенный в комплекте; модуль беспроводной сети Wi-Fi Epson ELPAP07; видеочамера AXIS M5014.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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>

Дополнительные источники:

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:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Производство рекламной продукции» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Производство рекламной продукции».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	Знать и применять методы психологического воздействия на потребителя	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Знать и применять выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	Выбирать методы проектирования рекламного продукта	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Знать и применять приемы и принципы составления рекламного текста	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Применять знания о композиции, шрифтовой и художественной графике в рекламе	
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Владеть навыками выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.	

	<p>Уметь: осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта.</p> <p>Знать: технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;</p>	
<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии</p>	<p>Владеть навыками построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.</p> <p>Уметь: использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы</p>	
<p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале</p>	<p>Владеть навыками подготовки к производству рекламного продукта.</p> <p>Уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.</p> <p>Знать: технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные</p>	

	средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-.	
--	--	--

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

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.	демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет порученные задания. – применяет знания и умения на практике	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	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету сотрудника; – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях; – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных	

	<p>ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом. 	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Осуществляет эффективный поиск необходимой информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> –использует различные источники информации, включая электронные; –анализирует информацию из различных источников; – понимает способы поиска и анализа информации; – пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий; – грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем; – умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач 	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p>	<p>владеет компьютерными навыками;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»; – работает с информационными справочно-правовыми системами; – владеет навыками работы в сети Интернет; – работает с электронной 	

	<p>почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применяет основные функции и принципы делового общения; – использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности. 	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами</p>	<p>взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимает общие цели; – формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат;</p> <ul style="list-style-type: none"> – делает анализ и коррекцию результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности. 	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием 	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает 	

	потенциальных кандидатов на вакантные должности	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	– владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет основами экологической, информационной и коммуникативной культурой.	

4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения по междисциплинарному курсу

МДК. 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

1. Рекламный проект: понятие виды, сферы применения.
2. Виды проектных материалов. Особенности применения в проектной рекламной деятельности.
3. Ассортимент, свойства, методы испытаний и оценки качества материалов, применяемых в макете
4. Этапы рекламного проектирования.
5. Роль макетирования в художественно-конструкторской деятельности.
6. Пространственная среда предмета
7. Эстетика и технологичность конструирования
8. Художественное конструирование
9. Методика проектирования предмета
10. Эскизное проектирование.
11. Виды и особенности макетов
12. Общие правила технологического формообразования
13. Понятие технологичности
14. Объект - как основа формообразования. Основные методы формообразования
15. Систематизирующие методы формообразования
16. Выполнение отдельных элементов эталонных образцов объектов в макете
17. Выполнение плоскостных композиций из линейных элементов
18. Выполнение вертикальных плоскостных композиций из линейных элементов
19. Выполнение горизонтальных плоскостных композиций из линейных

элементов.

20. Выполнение пластических приемов разработки поверхности
21. Разработка поверхностей с применением ордера
22. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги
23. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги
24. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов

МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

1. История развития мультимедиа.
2. Средства мультимедиа технологии. Области применения.
3. Классы систем мультимедиа.
5. Основные типы мультимедиа продуктов.
6. Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока.
7. Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов.
8. Специфика использования текста в мультимедиа продуктах.
9. Гипертекст
10. Шрифты и их разделение по графической основе.
11. Основные форматы текстовых файлов.
12. Растровые, векторные и фрактальные изображения.
13. Основные понятия растровой и векторной графики. Достоинства и недостатки разных способов представления изображений.
14. Параметры растровых изображений. Разрешение. Глубина цвета. Тоновый диапазон.
15. Классификация современного программного обеспечения обработки графики.
16. Физиологический аспект зрительного восприятия движения. Виды анимации.
17. Анимация по ключевым кадрам, запись движения, процедурная анимация, программируемая анимация.
18. ПО для создания анимации
19. Анимация для Web
20. DHTML и объектная модель Web-Документа.
21. Работа с анимацией посредством каскадных таблиц стилей (CSS)
22. Возможности JavaScript для создания анимации на Web-страницы. Работа со слоями. Обработка событий.
23. Action-Script - язык работы с приложениями Flash.
24. Трехмерная графика и технология 3D моделирования.
25. Преобразования в трехмерном пространстве.
26. Получение реалистических 3D изображений. Алгоритмы удаление скрытых линий и поверхностей.
27. Рендеринг. Расчет освещения. Наложение текстур. Тени и полупрозрачные объекты.
28. ПО для построения и визуализации 3D модели. VRML - язык

- моделирования виртуальной реальности.
29. Трёхмерные и стереоскопические дисплеи.
 30. Типы видеосигналов.
 31. 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
 32. 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
 33. ПО для нелинейного видеомонтажа.
 34. Специфика использования звука в мультимедиа продуктах.
 35. Методы кодирования звука. Частотная модуляция. Дискретизация.
 36. Цифровая фильтрация звуковых сигналов.
 37. Форматы звуковых файлов (MP3).
 38. Методы синтеза звука. MIDI.
 39. ПО для обработки звука.
 40. Классификация носителей информации.
 41. Обзор существующих носителей мультимедиа данных: CD, DVD, Bluray
 42. ПО для формирования и записи мультимедиа данных на носители информации
 43. Последовательность разработки продукта.
 44. Основные приемы и инструменты, используемые в мультимедиа-продуктах.
 45. 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.
 46. Интерфейсы для подключения мультимедиа-устройств, MIDI.
 47. Графические ускорители и видеоплаты.
 48. Звуковая плата. Акустические системы.
 49. Шина AGP. Шины USB и FireWire.
 50. Устройства управления и указания.
 51. Цифровые фотоаппараты. Цифровое видео. Web-камера.
 52. Цифровое телевидение.
 53. Средства виртуальной реальности.
 54. Портативные устройства мультимедиа. MIDI-клавиатуры.

МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

Теоретические вопросы:

1. Рекламная фотография: понятие, история развития и ведущие фотографы рекламной фотоиндустрии в России (персоналии по выбору обучающегося).

2. Рекламная фотография: понятие, история развития и ведущие фотографы рекламной фотоиндустрии зарубежом (персоналии по выбору обучающегося).

3. Рекламная фотография как вид искусства.

4. Место рекламной фотографии в видовой классификации коммерческой фотографии. Основные отличия от других видов коммерческой фотографии: репортажной, свадебной, стоковой, фотосъемки мероприятий, портретной съемки.

5. Основы фотокомпозиции: перспектива, план, цвет, свет, фон, объект.

6. Видовая характеристика рекламной фотографии: предметная фотосъемка, интерьерная фотосъемка, макросъемка.

7. Жанровая характеристика рекламной фотографии: каталожная фотография, имиджевая фотография, предметная фотография, интерьерная фотография, деловой портрет, политический портрет, жанровый портрет, портретная фотография одежды, ювелирных изделий и аксессуаров.

8. Рекламная каталожная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

9. Рекламная имиджевая фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

10. Рекламная предметная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

11. Рекламная интерьерная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

12. Деловой портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (постановочный, репортажный), история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

13. Политический портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (постановочный, репортажный), история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

14. Жанровый портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (спортивный, исторический, юмористический, пародийный и т.д.), история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

15. Портретная фотография одежды, ювелирных изделий и аксессуаров: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

16. Фэшн-фотография как рекламная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

17. Натюрморт как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

18. Пейзаж как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

19. Экстремальная фотосъемка как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

20. Фотосъемка архитектуры как поджанр интерьерной рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

Практические задания:

1. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанрового портрета (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

2. Разработка концепции рекламного продукта на основе портретной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

3. Разработка концепции рекламного продукта на основе натюрморта (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

4. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанрового портрета (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

5. Разработка концепции рекламного продукта на основе интерьерной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

6. Разработка концепции рекламного продукта на основе пейзажной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

7. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанровой символической фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео

1. Графическое оформление рекламного видео материалы: этапы и компоненты.
2. Основы сценографии видеоролика: от текста (концепции) к съёмке.
3. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": титры, графика, фон для титров.
4. Музыка и музыкальные эффекты, шумы в оформлении рекламного видео.
5. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": виды надписей, шрифты.
6. Виды оборудования для звукозаписи.
7. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": формы графики, спецэффекты.
8. Звуковые дорожки как компоненты рекламного видео.
9. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": обработка кадра, изображения, пространства.
10. Синтетический звук в рекламном видео: причины и принципы применения.
11. Рекламное видео: понятие определения, история явления.
12. Функционал и принципы работы режиссер рекламного видео.
13. Виды рекламного видео.
14. Функционал и принципы работы монтажера рекламного видео.
15. Жанры рекламного видео.
16. Функционал и принципы работы звукорежиссёра рекламного видео.
17. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": инструменты и методы их выбора.
18. Звуковой баланс рекламного видео.
19. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": электронные эффекты, временные эффекты.
20. Монтажный цех, студия озвучивания.

Практические задания:

1. Разработать новую концепцию обработки звука и звукового образа рекламного видео (видеоматериал по выбору студента).
2. Проанализировать звуковое оформление видеоролика: звуковой баланс, типы записей, обработка звука, качество звука, звуковой образ (рекламное видео по выбору студента).
3. Подготовить текст для титров рекламного видеоролика (рекламное видео по выбору студента).
4. Разработать новую концепцию обработки звука и звукового образа рекламного видео (видеоматериал по выбору студента).
5. Разработать новую концепцию графического оформления рекламного видео: титры, виды надписей, шрифты

6. Естественное появление искусственных элементов в рекламном видео: проанализировать видеоматериал (по выбору студента).
7. Разработать новую концепцию применения временных эффектов для рекламного видео (материал по выбору студента).
8. Разработать новую концепцию применения спецэффектов для рекламного видео (материал по выбору студента).
9. Подготовить интервью для рекламного видео (материал по выбору студента).
10. Разработать новую концепцию применения графики для рекламного видео (материал по выбору студента).

МДК 02.05 Рекламный копирайтинг

1. Понятие копирайтинга в широком и узком смысле.
2. Роль, место и обязанности копирайтера в системе рекламного агентства и других рекламных структурах.
3. Особенности взаимодействия копирайтера с другими специалистами по рекламе и представителями рекламодателя: этико-правовой аспект и проблема делового общения.
4. Требования к уровню подготовки копирайтера.
5. Широкое и узкое понимание речевого воздействия. Проблема соотношения понятий – «воздействие», «влияние», «управление», «манипулирование».
6. Предпосылки речевого воздействия (психологические, социальные, когнитивные, лингвистические и другие).
7. Фонетический и грамматический потенциал языка при речевом воздействии.
8. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект.
9. Понятие, стили и типологии аргументации. Аргументации и успешность рекламного сообщения.
10. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект.
11. Понятие оптимизации текста. Поисковая оптимизация текста. Оптимизация рекламного текста
12. Поисковая оптимизация как инструмент продвижения товара, услуги. Работа с платформами ЯндексДирект и Google
13. Торговая карточка товара/услуги как объект поисковой оптимизации.
14. Оптимизация рекламного текста для аккаунтов/блогов/влогов в социальных сетях.

МДК 02.06 Организация и медийное сопровождение событий

1. Роль мега события в регенерации городов 1980-1990-ые гг.
2. Международные мероприятия, форумы, фестивали как факторы социально-экономической региона.

3. Мега события Олимпийского движения
4. Олимпийские игры: социокультурный и экономический капитал населения
5. Мега событие как элемент неолиберальной культурной политики 2000-2016 гг.
6. Принципы политического взаимодействия при организации мега событий.
7. Международные кино-фестивали, премии и музыкальные фестивали как элементы территориального брендинга.
8. Цели и задачи мега событий в контексте регенерации территорий и индустрий.
9. Процесс организации мега событий в условиях «общественного менеджмента» и «неолиберализма»: акторы, принципы взаимодействия, условия коммуникации, процесс принятия решения.
10. Дизайн мега события: от концепции до впечатлений участников.
11. Российская и британская модели медиа-сопровождения мега событий
12. Маркетинг мега-мероприятия. Привлечение участников и партнеров, спонсоров think-tanks, со-организаторов
13. Принципы европейского и отечественного менеджмента мега события.
14. 3 модели интегрированных маркетинговых коммуникаций Д. Пиктона и А. Бродерик, их роль в событийном менеджменте культурных агентств.
15. Формы обращения к донорам, партнерам, инвесторам и другим стейкхолдерам.
16. Основные методы и инструменты фандрайзинга социокультурного мега события.
17. Элементы стратегического планирования мега ивента: миссия, философия, видение, цели и задачи.
18. От потребностей жителей местности к задачам мега события: определение целевой аудитории и ее характеристик.
19. Экономика мега-ивентов: затраты, источники финансирования и дополнительных ресурсов.
20. Бизнес-планирование: основные компоненты, значение анализа рынка участников, презентаторов и посетителей мероприятий.
21. Концепция проекта, стратегия проекта, план проекта мега события: понятия, практики и документы.
22. Специфические функции рекламы и связей с общественностью, он-лайн и офф-лайн коммуникаций в сфере мега-ивентов.
27. Каналы распространения сообщений при организации и проведении мега-ивентов.

28. Риски конгрессно-выставочной и ивент-отрасли.
29. Технологии фандрайзинга: соло-фандрайзинг, каудфандинг, краудсорсинг, и др.
30. Тайм-менеджмент. Риск-менеджмент. Управление человеческими ресурсами.
31. Волонтерский менеджмент при проведении крупных событий.
32. Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.
33. Репутация и паблисити.
34. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность).
35. Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте.
36. Пирамида репутации Гр. Даулинга.
37. Стоимостные (экономические) методы оценки репутации.
38. Методики репутационного аудита.
39. Исследования групп корпоративных аудиторий в рамках репутационного менеджмента.
40. Рейтинги корпоративной репутации.
41. Методы формирования репутации.
42. Определение репутационной стратегии.
43. Особенности управления репутацией первого лица.
44. Инструменты репутационного менеджмента.
45. Программы корпоративной социальной ответственности в репутационном менеджменте.
46. Понятие корпоративного гражданства. Спонсорство, филантропия и благотворительность.
47. Традиции корпоративной благотворительности в мире и в России. Социальные программы известных компаний.
48. Основные международные стандарты социальной отчетности. Каналы информирования о социальных программах.
49. Методика анализа имиджа и репутации территории.
50. Стратегия формирования или коррекции репутации территории.
51. Инструменты формирования имиджа и репутации территории.

МДК 02.07 Современные технологии социальной рекламы и пиар

1. 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.
5. Корпоративная социальная ответственность и ее значение для развития и совершенствования социальной сферы.

6. Модели взаимодействия бизнеса, органов власти местного самоуправления в социальной сфере и их эффективность.
7. Социальное партнерство и его актуальность в решении проблем социальной сферы.
8. Социальные технологии как инструмент достижения взаимопонимания и гармоничных отношений с социальной общественностью
9. Взаимопонимание между коммерческой организацией и общественностью.
10. Стратегическая направленность PR-деятельности.
11. Место PR в организационной структуре управления.
12. Место социальной рекламы в коммерческой сфере.
13. Тематика социальной рекламы в коммерческой сфере.
14. Специфика социальной рекламы в коммерческой сфере.
15. Спонсорство: определение, основные характеристики.
16. Цели и формы спонсорства.
17. Спонсоринг.
18. Благотворительность: определение, специфика, общие и частные цели и принципы.
19. Спонсорство и благотворительность: общее и отличное.
20. Основные сферы благотворительности и спонсорства.

4.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются Оценивание результатов квалификационного экзамена, продемонстрированных обучающимися в рамках экзамена, происходит на основании Положения о квалификационном экзамене по профессиям рабочих, должностям служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение в рамках основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования от 07.06.2016 за №1003.

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



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

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалисты по рекламе.

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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 426 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 282 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 192 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 90 часов;

учебной практики + производственной практики – 72 + 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			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 1.1 - 1.5, 2.1 – 2.3	Раздел 1. Маркетинг в рекламе	104	64	32	-	40	-	72	72
	Раздел 2. Правовое обеспечение рекламной деятельности	54	34	18		20			
	Раздел 3. Методика и методология исследований в сфере коммуникаций	42	34	18		8			
	Раздел 4. Продвижение продуктов и идей в сети интернет	82	60	30		25			
	Учебная практика	72	-						
	Производственная практика (по профилю специальности)	72	-						
	Экзамен квалификационный	0	-						
	Всего:	426	192	98	-	90	-	144	

* Раздел профессионального модуля – часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

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	Уровень освоения
1	2	3	4
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	Содержание	4	1, 2
	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.		
	Практические занятия	4	
1. Характеристика рекламного рынка г. Москва / Подмосковья.			
Тема 1.2 Маркетинговые исследования в рекламе	Содержание	4	1, 2
	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 выбора целевой аудитории для успешного проведения рекламной кампании.	8	
	8.	Проблема достоверности и доступности информации о целевых аудиториях, специфика их получения. Достижение целевой аудитории: понятие и способы		
	Практические занятия			
	1.	Создание проекта программы маркетинговых исследований		
	2.	Выявление целевых групп потребителей		
Тема 1.3. Разработка комплекса маркетинговых мероприятий в области рекламы	Содержание		4	1, 2
	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.		
	Практические занятия			
	1	Создание рекламного сообщения, ориентированного для конкретной целевой группы		
Тема 1.4. Ценообразование в рекламе	Содержание		4	1, 2
	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.		
	Практические занятия			
1	Расчет стоимости рекламного продукта			
Тема 1.5. Маркетинговые коммуникации в рекламе	Содержание		6	1, 2
	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, паблик рилейшнз, ярмарок и выставок. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки.		
	Практические занятия		4	1, 2
	1	Формирование концепции ИМК для предложенных видов продуктов		
Тема 1.6. Планирование рекламной деятельности	Содержание		6	1, 2
	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		
	Практические занятия		4	1, 2
	1	Формирование плана маркетинга		
Тема 1.7. Контроль в системе маркетинга	Содержание		4	1, 2
	1	Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе. Основные источники информации для проведения контроля. Понятие эффективности в рекламе.		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 1 ПМ 03.			40	1,2
<p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</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 Проанализировать и определить целевые аудитории для данных рекламных сообщений Разработать сценарий работы с фокус-группой Составить список рекламных слоганов, используемых в рекламных сообщениях и проанализировать их с точки зрения достижения целевой аудитории. Оформить таблицу «Методы ценообразования: достоинства, недостатки, область применения» Сравнить и проанализировать прейскуранты цен на изготовление рекламного продукта рекламными агентствами г. Москва / Подмосковья Заполнить таблицу «Сравнительная характеристика элементов маркетинговых коммуникаций: реклама, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, личные продажи, ярмарки, выставки»</p>				

Подготовить программу проведения презентации рекламного продукта Написать пресс-релиз для рассылки в СМИ			
МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности		54	
Тема 2.1. Введение Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»	Содержание	2	1,2
	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»		
Тема 2.2. Общие требования к рекламе	Содержание	2	1,2
	1. Законодательство РФ о рекламе. Общие требования к рекламе. Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама		
	Практические занятия	4	
Тема 2.3. Защита несовершеннолетних в рекламе	Содержание	2	1,2
	1. Защита несовершеннолетних в рекламе. Товары, реклама которых не допускается.		
	2. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий		
	3. Социальная реклама		
	4. Срок действия рекламы		
	Практические занятия	4	1,2
	1. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий		
Тема 2.4. Особенности отдельных способов распространения рекламы	Содержание	4	1,2
	1. Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах		
	2. Реклама в периодических печатных изданиях		
	3. Реклама распространяемая при кино и видеослуживании		
	4. Реклама распространяемая по сетям электросвязи		
	5. Реклама на транспортных средствах и с их использованием		
	6. Наружная реклама. Установка рекламных конструкций		
	Практические занятия	8	
1. Особенности отдельных способов распространения рекламы			
Тема 2.5. Особенности рекламы отдельных видов товаров	Содержание	4	1,2
	1. Реклама алкогольной продукции		
	2. Реклама лекарственных средств. Реклама медицинских изделий, медицинских услуг, методов профилактики, диагностики и лечения		

	3	Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания		
	4	Реклама продукции военного назначения и оружия		
	5	Реклама основанных на риске игр , пари		
	6	Реклама финансовых услуг. Реклама ценных бумаг		
	7	Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением		
Тема 2.6. Саморегулирование в сфере рекламы	Содержание		2	1,2
	1	Саморегулируемые организации в сфере рекламы. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы		
Тема 2.7. Государственный надзор в сфере рекламы. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе	Содержание		2	1,2
	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 предписаний антимонопольного органа. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 2 ПМ 03.			20	1,2
<p style="text-align: center;">Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</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>				
МДК 03.03. Методика и методология исследований в сфере коммуникаций			42	
Тема 3.1. Связи с общественностью и реклама как предмет научного исследования	Содержание		2	1,2
	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		
	Практические занятия		2	
	1	Принципы научного исследования связей с общественностью		
Тема 3.2. Методология исследования	Содержание		2	1,2
	1	Формальное и содержательное понимание методологии. Методология – система принципов научного исследования.		
	2	Этапы развития исследований в связях с общественностью. Связи с общественностью и другие смежные виды деятельности: сходства и отличия.		
	3	Международный кодекс по практике маркетинговых исследований и социальных исследований. Социологические и иные службы в организационной структуре компании.		
	Практические занятия		2	1,2
	1	Международный кодекс по практике маркетинговых исследований и социальных исследований		
	2	Социологические и иные службы в организационной структуре компании.		
Тема 3.3. Методы исследования рекламы и связей с общественностью	Содержание		4	1,2
	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.		
	Практические занятия		4	1,2
	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.		
Тема 3.4. Организация и проведение медиаисследования	Содержание		2	1,2
	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.		
	Практические занятия		2	1,2
	1	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	Содержание		2	1,2
	1	Контент-анализ – анализ текстовой информации. Возможности использования в исследованиях рекламы. Источники информации. Виды документов. Принципы формирования выборки в контент-анализе.		
	Практические занятия		4	1,2
	1	Контент-анализ		
Тема 3.6. Метод фокус-группы в изучении рекламы и связей с общественностью	Содержание		4	1,2
	1	Основные принципы фокусированного группового интервью. Область применения метода фокус-групп. Техническое обеспечение. Требования к модератору. Базовые техники управления работой группы.		
	Практические занятия		4	1,2
	1	Метод фокус-группы		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 3 ПМ 02.			8	1,2
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Возможности системного подхода в изучении процессов связей с общественностью. Место и роль рекламы и PR в управлении общественным мнением.				

МДК.03.04. Продвижение продуктов и идей в сети интернет		82		
Тема 4.1. Интернет-маркетинг как часть маркетинга	Содержание		2	1,2
	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		
	Практические занятия		4	
1	Анализ специфики мероприятий Интернет маркетинга в различных странах			
Тема 4.2. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	Содержание		2	1,2
	1.	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Интерактивный Интернет-маркетинг: приложения и игры, ролики		
	2.	Преимущества поискового продвижения сайта. Перелинковка.		
	Практические занятия		4	
1.	Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов			
Тема 4.3. Контекстная реклама	Содержание		2	1,2
	1.	Контекстная реклама: суть понятия, нормативно-правовая база, видовая классификация. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании		
	2.	Место контекстной рекламы в Интернет маркетинге. Рынок контекстной рекламы. Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, GoogleAdwords. Сервисы контекстной рекламы. Выбор инструментов продвижения в социальных сетях		
	Практические занятия		2	
1.	Характеристика социальных сетей как инструментов продвижения.			
Тема 4.4. Поисковое продвижение сайта	Содержание		4	1,2
	1.	Поисковое продвижение сайта (SEO). Поисковая оптимизация		
	2.	SEO-оптимизация текста		
	3.	Разработка мероприятий по баннерной рекламе		
Практические занятия		4	1,2	
1.	SEO-оптимизация текста: специализированные программы и приложения.			
Тема 4.5. Социальные сети как пространство продвижения	Содержание		2	1,2
	1.	Средства Интернет коммуникации. Социальные сети. Порталы и блоги/влоги. Понятие и сущность социальной сети. Интеграция сайта с социальными сетями		
	2.	Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация		

		потребителей по отношению к интернет-проекту.		
	Практические занятия		6	1,2,3
	1.	Создание интернет-магазина в социальных сетях.		
Тема 4.6. Технологии баннерной рекламы	Содержание		2	1,2
	1.	Технологии баннерной рекламы		
	2.	Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг		
	Практические занятия		4	1,2
	1.	Характеристика применения технологий баннерной рекламы на примере (по выбору студента).		
Тема 4.7. Аудитория Интернета	Содержание		4	1,2
	1.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с интернет-аудиторией.		
	2.	Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика.		
	3.	Стратегическое планирование кампании и оценка трафика		
	Практические занятия		2	1,2
	1.	Анализ спроса продукта в сети Интернет (по выбору студента)		
Тема 4.8. Медиапланирование	Содержание		2	1,2
	1.	Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.		
	2.	Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества		
	Практические занятия		2	1,2
	1.	Анализ эффективности интернет-рекламы (по выбору студента)		
Тема 4.9. Стратегия и планирование в Интернет-маркетинге	Содержание		4	1,2
	1.	Стратегия и планирование в Интернет-маркетинге. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга. Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга		
	2.	Celebrity-позиционирование на виртуальном рынке		
Тема 4.10. Электронные платежные системы	Содержание		4	1,2
	1.	Электронные платежные системы. Монетизация. Финансирование интернет-проектов.		
	2.	Ценообразование. Бесплатный контент завоевывает мир. Ценообразование товаров для интернет-магазинов. Политика ценообразования с низкой маржой. Конкуренция на торговых площадках. Добавленная стоимость как ключ к высокой маржинальности бизнеса и захвату большей доли рынка. Скидки и пакеты как инструмент для увеличения продаж.		
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы			22	1,2

<ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика мероприятий Интернет маркетинга в России 2. Составление структуры Web сайт компании. 3. Разработка стратегии продвижения. 4. PR-кампания в Интернете. 5. Методы и особенности составления аналитического отчета мероприятий Интернет маркетинга. 6. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества. 7. Бесплатный контент. 8. Ценообразование товаров для интернет-магазинов. 		
<p>Учебная практика Виды работ: Составление структуры Web сайт компании Применение контент-анализ текстов организации (по выбору студента) Применение метода фокус-групп с целью выявления мнения потребителей о товаре / услуге (по выбору студента) Составление описательной таблицы «Права саморегулируемой организации в сфере рекламы» (по выбору студента) Собрать данные из СМИ о субъектах рекламного рынка региона РФ (по выбору студента) Написать пресс-релиз для рассылки в СМИ (товар/услуга по выбору студента)</p>	72	
<p>Производственная практика Виды работ: <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка стратегии продвижения. PR-кампания в Интернете 2. Применение метода фокус-групп с целью выявления мнения потребителей о товаре / услуге (по выбору студента) 3. Составление схемы «Способы распространения рекламы» (на примере базы практики). 4. Составить список рекламных слоганов, используемых в рекламных сообщениях и проанализировать их с точки зрения достижения целевой аудитории 5. Подготовить программу проведения презентации рекламного продукта (на основании товарного ассортимента базы практики) </p>	72	
Всего	426	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин», лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета: 40 лавок; 40 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: доска TRACEBOARD.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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>

Дополнительные источники:

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 СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9464C294-56C2-44C8-8E0E-D00856951E8E

Интернет-ресурсы:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Обладать навыками выявления требований целевых групп потребителей. Уметь проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. Дневники по учебной и производственной

	<p>целевых групп. Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	<p>практике и по каждому из разделов профессионального модуля. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.</p>
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p>	<p>Обладать навыками разработки средств продвижения рекламного продукта, разработки маркетинговой части бизнес-плана. Уметь 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.</p>	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет порученные задания. – применяет знания и умения на практике</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах</p>	

	<p>организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – оформляет резюме и анкету сотрудника; – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания 	
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях;</p> <ul style="list-style-type: none"> – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию; – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом. 	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Осуществляет эффективный поиск необходимой информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> –использует различные источники информации, включая электронные; –анализирует информацию из различных источников; – понимает способы поиска и анализа информации; – пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий; – грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем; 	

	<ul style="list-style-type: none"> – умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач 	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> владеет компьютерными навыками; – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»; – работает с информационными справочно-правовыми системами; – владеет навыками работы в сети Интернет; – работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей; – применяет основные функции и принципы делового общения; – использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности. 	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами</p>	<ul style="list-style-type: none"> взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения; – понимает общие цели; – формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат; – делает анализ и коррекцию результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами 	

	работ и определяет соответствующий результат деятельности.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля; – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает потенциальных кандидатов на вакантные должности	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	– владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет основами экологической, информационной и коммуникативной культурой.	

5.1. Перечень вопросов, выносимых для получения по междисциплинарному курсу

МДК. 03.01 Маркетинг в рекламе

1. Место маркетинга в рекламе. Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные принципы маркетинга.
2. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная.
3. Рекламная деятельность: понятие, цели и задачи, основные

направления.

4. Взаимосвязь маркетинга и рекламы. Особенности использования маркетинга в рекламной деятельности.
5. Рынок. Классификация рынка. Субъекты рекламного рынка.
6. Характеристика рекламного рынка. Развитие рекламного бизнеса в России.
7. Маркетинговые исследования: понятие, цели, процедура проведения.
8. Специфика маркетинговых исследований в рекламе.
9. Основные направления маркетинговых исследований, необходимых для успешной рекламы.
10. Методы маркетинговых исследований потребительского рынка. Анализ деятельности субъектов рекламного рынка.
11. Изучение аудитории различных средств распространения информации. Фокус-группы.
12. Мониторинг рекламной информации в основных средствах распространения рекламы.
13. Ведущие международные и российские исследовательские фирмы в области рекламы
14. Сегментирование рынка и выявление целевых групп потребителей. Понятие сегментирования рынка, цели, используемые критерии.
15. Выявление целевой аудитории. Классификация целевой аудитории. Значение удачного выбора целевой аудитории для успешного проведения рекламной кампании.
16. Проблема достоверности и доступности информации о целевых аудиториях, специфика их получения. Достижение целевой аудитории: понятие и способы
17. Основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий – разработка товаров и услуг, ценообразование, формирование каналов сбыта, стимулирование сбыта. Специфика комплекса маркетинга для рекламы.
18. Рекламные услуги: понятие, классификация, основные формы реализации.
19. Рекламный продукт: понятие, и требования, предъявляемые рынком к нему.
20. Особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной
21. кампании и средств распространения рекламы.
22. Проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта.
23. Порядок взаимоотношений между рекламодателями и производителями рекламы.
24. Общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги. Факторы, влияющие на формирование цен в сфере рекламы.
25. Основные тенденции в динамике цен на отечественном рекламном рынке. Расценки на услуги рекламных агентств. Стоимость исследовательских работ.

26. Ценообразование в области производства рекламы в зависимости от средств распространения. Скидки и наценки к тарифам при размещении рекламы.
27. Маркетинговые коммуникации: понятие, их место в системе маркетинга. Основные виды маркетинговых коммуникаций и их использование в рекламной деятельности. Маркетинговые коммуникации, используемые рекламными агентствами.
28. Средства распространения рекламной информации и специфика применения отдельных элементов маркетинговых коммуникаций в рекламной деятельности: стимулирования спроса, личных продаж, публичных рилейшнз, ярмарок и выставок.
29. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки.
30. Планирование рекламной кампании: понятие, цели, необходимость при осуществлении рекламной деятельности. Разработка стратегии рекламной кампании.
31. Разработка планов маркетинга и рекламы. Планирование рекламного бюджета.
32. Медиапланирование: понятие, виды, порядок организации и проведение работ по реализации
33. Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе. Основные источники информации для проведения контроля.
34. Понятие эффективности в рекламе.

МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»: цели, сфера применения, основные понятия, используемые ФЗ «О рекламе»
2. Законодательство РФ о рекламе. Общие требования к рекламе. Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама
3. Защита несовершеннолетних в рекламе. Товары, реклама которых не допускается.
4. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий
5. Социальная реклама
6. Срок действия рекламы
7. Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах
8. Реклама в периодических печатных изданиях
9. Реклама распространяемая при кино и видеообслуживании
10. Реклама распространяемая по сетям электросвязи
11. Реклама на транспортных средствах и с их использованием
12. Наружная реклама. Установка рекламных конструкций

13. Реклама алкогольной продукции
14. Реклама лекарственных средств. Реклама медицинских изделий, медицинских услуг, методов профилактики, диагностики и лечения
15. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания
16. Реклама продукции военного назначения и оружия
17. Реклама основанных на риске игр, пари
18. Реклама финансовых услуг. Реклама ценных бумаг
19. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением
20. Саморегулируемые организации в сфере рекламы. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы
21. Организация и проведение проверок в сфере рекламы.
22. Решения и предписания антимонопольного органа по результатам рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
23. Оспаривание решений и предписаний антимонопольного органа.
24. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе

МДК 03.03 Методика и методология исследований в сфере коммуникаций

1. Понятие научного исследования. Функции методологии как системы принципов научного исследования.
2. Уровни методологии PR и рекламы.
3. Общенаучные принципы исследования в связях с общественностью: принцип объективности, принцип единства логического и исторического, принцип сущностного анализа.
4. Цели, задачи, назначение научного исследования PR и рекламы.
5. Объектная и предметная области исследования в связях с общественностью и рекламы.
6. Рекламная деятельность как предмет научного исследования.
7. Научные подходы исследования рекламной деятельности.
8. Информационно-коммуникационный подход в изучении рекламы.
9. Методология исследования паблик рилейшнз.
10. Основные направления исследований в связях с общественностью.
11. Теоретические методы исследования PR и рекламной деятельности.
12. Эмпирические методы исследования в рекламе и связях с общественностью.
13. Эксперимент и его основные процедуры: измерение, сравнение, наблюдение, описание.

14. Социологические, социально-психологические, психологические, психолингвистические и иные направления исследования рекламы.
15. Метод опроса в изучении рекламы и связей с общественностью.
16. Метод экспертного опроса: назначение, особенности организации и оценки результатов.
17. Метод наблюдения в изучении рекламы и связей с общественностью.
18. Анализ документов как метод исследования рекламной и PR-деятельности.
19. Метод фокус-группы в изучении рекламы и связей с общественностью.
20. Психологические методы тестирования и возможности их использования в исследованиях связи с общественностью и рекламной деятельности.
21. Методы изучения наружной рекламы.
22. Основные методы изучения интернет-рекламы.
23. Методы исследования эффектов и эффективности ПР- и рекламного воздействия.
24. Мониторинг в исследованиях связи с общественностью и рекламной деятельности.
25. Статистические исследования в связях с общественностью.
26. Качественные междисциплинарные и психологические методы, их применение в исследовании рекламы и связей с общественностью.
27. Специфика и возможности качественных и количественных методов исследования рекламной деятельности и связей с общественностью.
28. Программа научного исследования рекламной и PR-деятельности.
29. Этапы научного исследования рекламной и PR -деятельности.
30. Сбор, обработка и анализ результатов исследования рекламной деятельности и связей с общественностью.
31. Структура и функции программы исследования: методологический и методический блоки.
32. Как происходит определение объекта и предмета исследования? Зачем различать теоретический и эмпирический объекты?
33. Виды шкал: номинальная, порядковая, интервальная, относительная.
34. Принципы и этапы конструирования шкал сумматорного типа (на примере любой шкалы: Лайкерт, Богардус, Терстоун, Гуттман).
35. Понятие и виды опроса, область применения, преимущества и ограничения, типичные ошибки при опросах. Примеры использования.
36. Преимущества и ограничения разных видов опроса, организационные и методические особенности. Область применения, критерии выбора метода.
37. Композиция анкеты, последовательность вопросов. Общие принципы разработки вопросника.
38. Основные типы вопросов. Ошибки при формулировке вопросов и вариантов ответов и правила редактирования.
39. Специфика метода наблюдения в PR и рекламе. Достоинства и недостатки метода.
40. Основные принципы и виды пилотажного исследования. Методики проведения. Оценка результатов пилотажа.

41. Основные принципы фокусированного группового интервью, область применения метода фокус-групп. Организация фокус-групп. Примеры использования
42. Основные типы респондентов на фокус-группах. Приемы нейтрализации деструктивных типов респондентов.
43. Область применения и виды экспертного опроса. Организация и проведение. Оценка качества экспертной информации. Примеры использования
44. Выборочный метод в исследовании, область применения. Процесс формирования выборки (этапы проектирования, шаги)
45. Содержание понятий «генеральная совокупность», «выборочная совокупность», «случайная (вероятностная) выборка», «репрезентативность»
46. Метод контент-анализа. Основные этапы подготовки и проведения контент-анализа. Уровни анализа и единицы анализа. Требования к выборкам текстов и счетных единиц.
47. Принципы проведения эксперимента в социологии и его специфика. Экспериментальные планы и область их применения в социологии: примеры.
48. Этапы организации и процедура проведения эксперимента. Ошибки и трудности в эксперименте. Критерии и оценка качества полученных данных.
49. Процедуры сбора, обработки, анализа и представления социометрических данных.
50. Математические методы анализа и компьютерные методы в исследованиях PR и рекламы.

МДК 03.04 Продвижение продуктов и идей в сети интернет

1. Продукт. Поиск и занятие свободных ниш.
2. Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности.
3. Вирусный маркетинг
4. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Б
5. изнес-планирование
6. Продвижение продукта/идей в сети Интернет.
7. Создание рекламной кампании в сети Интернет.
8. PR-кампания в Интернете
9. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.
- 10.Интерактивный Интернет-маркетинг: приложения и игры, ролики
- 11.Преимущества поискового продвижения сайта.
- 12.Контекстная реклама: суть понятия, нормативно-правовая база, видовая классификация.
- 13.Место контекстной рекламы в Интернет маркетинге. Рынок контекстной рекламы.
- 14.Сервисы контекстной рекламы.
- 15.Поисковое продвижение сайта (SEO). Поисковая оптимизация
- 16.Средства Интернет коммуникации. Социальные сети. Порталы и блоги/влоги.

17. Понятие и сущность социальной сети. Интеграция сайта с социальными сетями
18. Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы
19. генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг
20. Аудитория Интернета. Основные принципы работы с интернет-аудиторией.
21. Стратегия и планирование в Интернет-маркетинге. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет
22. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга. Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга
23. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества
24. Электронные платежные системы. Монетизация. Финансирование интернет-проектов.
25. Ценообразование. Бесплатный контент завоевывает мир.
26. Ценообразование товаров для интернет-магазинов.
27. Политика ценообразования с низкой маржой. Скидки и пакеты как инструмент для увеличения продаж.

5.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
Академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Требования к выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

- титульный лист, содержание доклада;

- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование кафедры, фамилию обучающийся;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Презентация

Требования к презентациям

1. Объем презентации 20 -50 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - наименование кафедры;
 - тема презентации;

□ фамилия, имя, отчество, специальность, форма обучения, номер группы автора презентации;

□ фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

□ год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражено обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).

2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).

5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Требования к выполнению Эссе(реферата)

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Тему реферата обучающийся выбирает самостоятельно, но если на одну тему претендует несколько обучающихся, на помощь приходит преподаватель. Список литературы к темам не дается, и обучающийся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающийся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы,

осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата. Это правило касается и дипломных работ.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающийся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающийся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается заслушиванием оппонентов. Другие обучающийся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающийся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели;

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение учащихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название

работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок (<i>отлично</i>)
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий (<i>хорошо</i>)
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий (<i>удовлетворительно</i>)
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи (<i>неудовлетворительно</i>)

0 баллов	не аттестован
----------	---------------

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПМ.03.ЭК ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО
**ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа квалификационного экзамена **ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена **Специалистов по рекламе**.

Рабочая программа квалификационного экзамена 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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы
Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 426 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 282 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 192 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 90 часов;

учебной практики + производственной практики – 72 + 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИОННОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин», лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета: 40 лавок; 40 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: доска TRACEBOARD.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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>

Дополнительные источники:

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 СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9464C294-56C2-44C8-8E0E-D00856951E8E

Интернет-ресурсы:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты - преподаватели

междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	<p>Обладать навыками выявления требований целевых групп потребителей.</p> <p>Уметь проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.</p> <p>Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. <p>Дифференцированные зачеты и экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.</p>
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	<p>Обладать навыками разработки средств продвижения рекламного продукта, разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p> <p>Уметь сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.</p> <p>Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	<p>Дифференцированные зачеты и экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.</p>

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять

проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

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.	демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет порученные задания. – применяет знания и умения на практике	Интерпретация результатов наблюдений за
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету сотрудника; – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания	Деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях; – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию; – несет ответственность за	

	<p>принятое решение.</p> <ul style="list-style-type: none"> – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом. 	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Осуществляет эффективный поиск необходимой информации; –использует различные источники информации, включая электронные; –анализирует информацию из различных источников;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимает способы поиска и анализа информации; – пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий; – грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем; – умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач 	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p>	<p>владеет компьютерными навыками; – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»;</p> <ul style="list-style-type: none"> – работает с информационными справочно-правовыми системами; – владеет навыками работы в сети Интернет; – работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей; 	

	<ul style="list-style-type: none"> – применяет основные функции и принципы делового общения; – использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности. 	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами	<p>взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимает общие цели; – формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом 	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<p>добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат;</p> <ul style="list-style-type: none"> – делает анализ и коррекцию результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности. 	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<p>организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием 	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает потенциальных кандидатов на вакантные должности 	
ОК 10. Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – владеет основами знаний о 	

основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет азами экологической, информационной и коммуникативной культурой.	

4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения по междисциплинарному курсу

МДК. 03.01 Маркетинг в рекламе

1. Место маркетинга в рекламе. Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные принципы маркетинга.
2. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная.
3. Рекламная деятельность: понятие, цели и задачи, основные направления.
4. Взаимосвязь маркетинга и рекламы. Особенности использования маркетинга в рекламной деятельности.
5. Рынок. Классификация рынка. Субъекты рекламного рынка.
6. Характеристика рекламного рынка. Развитие рекламного бизнеса в России.
7. Маркетинговые исследования: понятие, цели, процедура проведения.
8. Специфика маркетинговых исследований в рекламе.
9. Основные направления маркетинговых исследований, необходимых для успешной рекламы.
10. Методы маркетинговых исследований потребительского рынка. Анализ деятельности субъектов рекламного рынка.
11. Изучение аудитории различных средств распространения информации. Фокус-группы.
12. Мониторинг рекламной информации в основных средствах распространения рекламы.
13. Ведущие международные и российские исследовательские фирмы в области рекламы
14. Сегментирование рынка и выявление целевых групп потребителей. Понятие сегментирования рынка, цели, используемые критерии.
15. Выявление целевой аудитории. Классификация целевой аудитории. Значение удачного выбора целевой аудитории для успешного проведения

рекламной кампании.

16. Проблема достоверности и доступности информации о целевых аудиториях, специфика их получения. Достижение целевой аудитории: понятие и способы

17. Основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий – разработка товаров и услуг, ценообразование, формирование каналов сбыта, стимулирование сбыта. Специфика комплекса маркетинга для рекламы.

18. Рекламные услуги: понятие, классификация, основные формы реализации.

19. Рекламный продукт: понятие, и требования, предъявляемые рынком к нему.

20. Особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной

21. кампании и средств распространения рекламы.

22. Проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта.

23. Порядок взаимоотношений между рекламодателями и производителями рекламы.

24. Общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги. Факторы, влияющие на формирование цен в сфере рекламы.

25. Основные тенденции в динамике цен на отечественном рекламном рынке. Расценки на услуги рекламных агентств. Стоимость исследовательских работ.

26. Ценообразование в области производства рекламы в зависимости от средств распространения. Скидки и наценки к тарифам при размещении рекламы.

27. Маркетинговые коммуникации: понятие, их место в системе маркетинга. Основные виды маркетинговых коммуникаций и их использование в рекламной деятельности. Маркетинговые коммуникации, используемые рекламными агентствами.

28. Средства распространения рекламной информации и специфика применения отдельных элементов маркетинговых коммуникаций в рекламной деятельности: стимулирования спроса, личных продаж, публичных рилейшнз, ярмарок и выставок.

29. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки.

30. Планирование рекламной кампании: понятие, цели, необходимость при осуществлении рекламной деятельности. Разработка стратегии рекламной кампании.

31. Разработка планов маркетинга и рекламы. Планирование рекламного бюджета.

32. Медиапланирование: понятие, виды, порядок организации и проведение работ по реализации

33. Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе. Основные источники информации для проведения контроля.

34. Понятие эффективности в рекламе.

МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»: цели, сфера применения, основные понятия, используемые ФЗ «О рекламе»
2. Законодательство РФ о рекламе. Общие требования к рекламе. Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама
3. Защита несовершеннолетних в рекламе. Товары, реклама которых не допускается.
4. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий
5. Социальная реклама
6. Срок действия рекламы
7. Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах
8. Реклама в периодических печатных изданиях
9. Реклама распространяемая при кино и видеообслуживании
10. Реклама распространяемая по сетям электросвязи
11. Реклама на транспортных средствах и с их использованием
12. Наружная реклама. Установка рекламных конструкций
13. Реклама алкогольной продукции
14. Реклама лекарственных средств. Реклама медицинских изделий, медицинских услуг, методов профилактики, диагностики и лечения
15. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания
16. Реклама продукции военного назначения и оружия
17. Реклама основанных на риске игр, пари
18. Реклама финансовых услуг. Реклама ценных бумаг
19. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением
20. Саморегулируемые организации в сфере рекламы. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы
21. Организация и проведение проверок в сфере рекламы.
22. Решения и предписания антимонопольного органа по результатам рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
23. Оспаривание решений и предписаний антимонопольного органа.
24. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе

МДК 03.03 Методика и методология исследований в сфере коммуникаций

1. Понятие научного исследования. Функции методологии как системы принципов научного исследования.
2. Уровни методологии PR и рекламы.
3. Общенаучные принципы исследования в связях с общественностью: принцип объективности, принцип единства логического и исторического, принцип сущностного анализа.
4. Цели, задачи, назначение научного исследования PR и рекламы.
5. Объектная и предметная области исследования в связях с общественностью и рекламы.
6. Рекламная деятельность как предмет научного исследования.
7. Научные подходы исследования рекламной деятельности.
8. Информационно-коммуникационный подход в изучении рекламы.
9. Методология исследования паблик рилейшнз.
10. Основные направления исследований в связях с общественностью.
11. Теоретические методы исследования PR и рекламной деятельности.
12. Эмпирические методы исследования в рекламе и связях с общественностью.
13. Эксперимент и его основные процедуры: измерение, сравнение, наблюдение, описание.
14. Социологические, социально-психологические, психологические, психолингвистические и иные направления исследования рекламы.
15. Метод опроса в изучении рекламы и связей с общественностью.
16. Метод экспертного опроса: назначение, особенности организации и оценки результатов.
17. Метод наблюдения в изучении рекламы и связей с общественностью.
18. Анализ документов как метод исследования рекламной и PR-деятельности.
19. Метод фокус-группы в изучении рекламы и связей с общественностью.
20. Психологические методы тестирования и возможности их использования в исследованиях связи с общественностью и рекламной деятельности.
21. Методы изучения наружной рекламы.
22. Основные методы изучения интернет-рекламы.
23. Методы исследования эффектов и эффективности PR- и рекламного воздействия.
24. Мониторинг в исследованиях связи с общественностью и рекламной деятельности.
25. Статистические исследования в связях с общественностью.
26. Качественные междисциплинарные и психологические методы, их применение в исследовании рекламы и связей с общественностью.
27. Специфика и возможности качественных и количественных методов исследования рекламной деятельности и связей с общественностью.
28. Программа научного исследования рекламной и PR-деятельности.
29. Этапы научного исследования рекламной и PR -деятельности.

30. Сбор, обработка и анализ результатов исследования рекламной деятельности и связей с общественностью.
31. Структура и функции программы исследования: методологический и методический блоки.
32. Как происходит определение объекта и предмета исследования? Зачем различать теоретический и эмпирический объекты?
33. Виды шкал: номинальная, порядковая, интервальная, относительная.
34. Принципы и этапы конструирования шкал сумматорного типа (на примере любой шкалы: Лайкерт, Богардус, Терстоун, Гуттман).
35. Понятие и виды опроса, область применения, преимущества и ограничения, типичные ошибки при опросах. Примеры использования.
36. Преимущества и ограничения разных видов опроса, организационные и методические особенности. Область применения, критерии выбора метода.
37. Композиция анкеты, последовательность вопросов. Общие принципы разработки вопросника.
38. Основные типы вопросов. Ошибки при формулировке вопросов и вариантов ответов и правила редактирования.
39. Специфика метода наблюдения в PR и рекламе. Достоинства и недостатки метода.
40. Основные принципы и виды пилотажного исследования. Методики проведения. Оценка результатов пилотажа.
41. Основные принципы фокусированного группового интервью, область применения метода фокус-групп. Организация фокус-групп. Примеры использования
42. Основные типы респондентов на фокус-группах. Приемы нейтрализации деструктивных типов респондентов.
43. Область применения и виды экспертного опроса. Организация и проведение. Оценка качества экспертной информации. Примеры использования
44. Выборочный метод в исследовании, область применения. Процесс формирования выборки (этапы проектирования, шаги)
45. Содержание понятий «генеральная совокупность», «выборочная совокупность», «случайная (вероятностная) выборка», «репрезентативность»
46. Метод контент-анализа. Основные этапы подготовки и проведения контент-анализа. Уровни анализа и единицы анализа. Требования к выборкам текстов и счетных единиц.
47. Принципы проведения эксперимента в социологии и его специфика. Экспериментальные планы и область их применения в социологии: примеры.
48. Этапы организации и процедура проведения эксперимента. Ошибки и трудности в эксперименте. Критерии и оценка качества полученных данных.
49. Процедуры сбора, обработки, анализа и представления социометрических данных.
50. Математические методы анализа и компьютерные методы в исследованиях PR и рекламы.

МДК 03.04 Продвижение продуктов и идей в сети интернет

1. Продукт. Поиск и занятие свободных ниш.
2. Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности.
3. Вирусный маркетинг
4. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Б
5. бизнес-планирование
6. Продвижение продукта/идей в сети Интернет.
7. Создание рекламной кампании в сети Интернет.
8. PR-кампания в Интернете
9. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.
10. Интерактивный Интернет-маркетинг: приложения и игры, ролики
11. Преимущества поискового продвижения сайта.
12. Контекстная реклама: суть понятия, нормативно-правовая база, видовая классификация.
13. Место контекстной рекламы в Интернет маркетинге. Рынок контекстной рекламы.
14. Сервисы контекстной рекламы.
15. Поисковое продвижение сайта (SEO). Поисковая оптимизация
16. Средства Интернет коммуникации. Социальные сети. Порталы и блоги/влоги.
17. Понятие и сущность социальной сети. Интеграция сайта с социальными сетями
18. Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы
19. генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг
20. Аудитория Интернета. Основные принципы работы с интернет-аудиторией.
21. Стратегия и планирование в Интернет-маркетинге. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет
22. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга. Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга
23. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества
24. Электронные платежные системы. Монетизация. Финансирование интернет-проектов.
25. Ценообразование. Бесплатный контент завоевывает мир.
26. Ценообразование товаров для интернет-магазинов.
27. Политика ценообразования с низкой маржой. Скидки и пакеты как инструмент для увеличения продаж.

4.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются
Оценивание результатов квалификационного экзамена,

продемонстрированных обучающимися в рамках экзамена, происходит на основании Положения о квалификационном экзамене по профессиям рабочих, должностям служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение в рамках основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования от 07.06.2016 за №1003.

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



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

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалистов по рекламе.

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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА (ПРОДУКТА)

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 282 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 174 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 108 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 66 часов;

производственной практики – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 личностного развития.

ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.04

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА (ПРОДУКТА)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			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 4.1 - 4.3	Раздел 1. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	90	40	22	*	50	*	-	108
	Раздел 2. Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов	84	68	34		16			
	Учебная практика	-							
	Производственная практика (по профилю специальности)	108							
	Экзамен квалификационный	0							
	Всего:	282	108	56		66	*		108

* Раздел профессионального модуля – часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)

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	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 04.	Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)	282	
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		90	
Тема 1.1. СУЩНОСТЬ И ИСТОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА	Содержание	4	1, 2
	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.		
	Практические занятия	4	
1. Особенности современного российского менеджмента в рекламной деятельности			
Тема 1.2 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА	Содержание	12	1, 2
	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.		
	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		
Тема 1.3. ИНФРАСТРУКТУРА МЕНЕДЖМЕНТА	Содержание		4	1, 2
	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		
	Практические занятия		8	
	1	Модели взаимодействия в управлении		
Тема 1.4. ДИНАМИКА ГРУПП И ЛИДЕРСТВО В МЕНЕДЖМЕНТЕ	Содержание		4	1, 2
	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		
Тема 1.5. СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ И ЭТИКА МЕНЕДЖМЕНТА	Содержание		4	1, 2
	1.	Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджера. Составляющие деловой этики. Функции и правила делового общения. Механизм внедрения этических норм		
	2.	Роль психологических знаний в решении задач управления организации. Формирование психологического инструментария управленческого воздействия на сознание подчиненных		
Тема 1.6. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА	Содержание		2	1, 2
	1	Планирование рекламной деятельности. Рекламный бюджет. Контроль рекламной деятельности. Эффективность рекламы.		
	Практические занятия		10	
	1	Планирование рекламной деятельности. Рекламный бюджет. Контроль рекламной деятельности		
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 04.			50	2,3

Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
1.	Школа научного управления. Учение Ф.Тейлора, Г. Эмерсона и др.		
2.	Школа административного управления (А. Файоль, М. Вебер).		
3.	Школа человеческих отношений и социальных систем (Э.Мэйо, А. Маслоу и др.).		
4.	Организационно-техническое и социальное направления российской науки управления.		
5.	Методы прогнозирования.		
6.	Стратегическое планирование. Методы разработки стратегий (матрица «БКГ», SWOT-анализ и др.).		
7.	Разработка тактики управления.		
8.	Бизнес-план: требования, этапы разработки.		
9.	Содержательные теории мотивации (А. Маслоу, Д. Мак-Клелланд, Альдерфер, Герцберг).		
10.	Процессуальные теории мотивации (Врум, Адамс, Лок, Портер-Лаулер, Мак-Грегор).		
11.	Профессиональный и корпоративный имидж (образ) менеджера.		
12.	Идеология и корпоративный имидж компании.		
13.	Модели организационного поведения и пути его формирования.		
МДК.04.02 Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов		84	
Тема 2.1. Интегрированные коммуникации: теория, структура	Содержание	4	1,2
	1. Интегрированные коммуникации как господствующий вид коммуникаций в современном коммуникационном пространстве. Факторы интеграции в коммуникациях		
	2. Взаимовлияние общества и технологий в системе интегрированных коммуникаций. Эволюция каналов и контента в интегрированных коммуникациях.		
	Практические занятия	2	
1	Взаимовлияние общества и технологий в системе интегрированных коммуникаций. Эволюция каналов и контента в интегрированных коммуникациях.		
Тема 2.2. Новый бизнес как функция	Содержание	2	1,2
	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.		
	Практические занятия	2	1,2
1	Управление НБ в агентстве: организация работ по НБ, the Point & Driver System.		
Тема 2.3. Этапы создания	Содержание	2	

интегрированной коммуникационной кампании (ИКК)	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, реализация проектов; Коммуникационная стратегия и Коммуникационный план). Привязка методологии создания ИКК к практике ДИ по курсу.		
	Практические занятия		2	
Тема 2.4. Профилирование клиентов	1	Создания ИК		
	Содержание		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.		
Практические занятия		2		
1	Как профиль влияет на ожидания клиента от агентства и на выбор партнера на тендере. Игра: «угадай профиль клиента по описанию»			
Тема 2.5. Потребительские тренды	Содержание		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		
Тема 2.6. Потребительский инсайт. Как его находить	Содержание		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-кейсов		
		Практические занятия		
	1	Генерирование обучающимися инсайтов по брифу	4	
Тема 2.7. Позиционирование бренда	Содержание		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.		
Тема 2.8. Коммуникационная стратегия: модель, этапы разработки	Содержание		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.		
	Практические занятия		4	
	1	Креативный бриф – творческое задание на реализацию коммуникационной стратегии.		
Тема 2.9. Touch Points (точки контакта с потребителем)	Содержание		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.		
	Практические занятия		2	
	1	Медиапланирование по точкам контакта		
Тема 2.10. Специфические	Содержание		2	

инструменты и технологии рекламы	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.		
	Практические занятия		4	
	1	Контент маркетинг в B2B и B2C сегментах.		
Тема 2.11. Специфические инструменты и технологии PR	Содержание		2	
	1	Ключевые инструменты PR в корпоративных коммуникациях. Непротиворечивость корпоративных коммуникаций как задача и как функция. Комплексность подхода как базовый принцип Допустимые и недопустимые инструменты PR необходимость соотнесения PR активности с законодательной базой. Выявление и определение корректной цели PR проекта как главная задача планирования. Принцип достаточности в PR активности.		
Тема 2.12. Реализация PR проектов	Содержание		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 проекта. Фиксация результатов проекта и отчетность		
Тема 2.13. Медиапланирование: стратегическое, тактическое; инструменты	Содержание		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		
	Практические занятия		12	
	1	Основные статистики медиапланирования: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.		
Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 04.			16	2,3
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
1. Форматы рекламы: testimonial, celebrity, endorsement (professional), infomercial. 2. Основные статистики медиапланирования: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета. 3. Генерирование обучающимися инсайтов по брифу				
Производственная практика			108	
Виды работ:				
1. Охарактеризовать организационную структуру базы практики. 2. Охарактеризовать особенности менеджмента организации в рекламной деятельности 3. Анализ бизнес-плана: требования, этапы разработки 4. Определение профиля клиента. 5. Генерирование обучающимися инсайтов для организации/её товарной линейки. 6. Статистика медиапланирования организации: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.				
Всего			282	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин».

Оборудование учебного кабинета: 40 лавок; 40 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: доска TRACEBOARD.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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 : // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

3. 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>

Дополнительные источники:

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:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>

4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Иметь практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта. 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.	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль	Иметь практический опыт контролирования соответствия	

<p>изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p>	<p>рекламной продукции требованиям рекламодателя; 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; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.</p>	<p>модулю.</p>
<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>	<p>Иметь практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав. Уметь проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав. Знать</p>	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

<p>Результаты (освоенные общие компетенции)</p>	<p>Основные показатели оценки результата</p>	<p>Формы и методы контроля и оценки</p>
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей</p>	<p>демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за</p>

будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	порученные задания. – применяет знания и умения на практике	деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету сотрудника; – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях; – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию; – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом.	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения	Осуществляет эффективный поиск необходимой информации; –использует различные источники информации, включая	

<p>профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>электронные; – анализирует информацию из различных источников;</p> <p>– понимает способы поиска и анализа информации;</p> <p>– пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий;</p> <p>– грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем;</p> <p>– умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач</p>	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p>	<p>владеет компьютерными навыками; – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»;</p> <p>– работает с информационными справочно-правовыми системами;</p> <p>– владеет навыками работы в сети Интернет;</p> <p>– работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей;</p> <p>– применяет основные функции и принципы делового общения;</p> <p>– использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством,</p>	<p>взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения;</p>	

коллегами социальными партнерами	и	– понимает общие цели; – формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	и	добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат; – делает анализ и коррекцию результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.		организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля; – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	и	– осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает потенциальных кандидатов на вакантные должности
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	и	– владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной	и	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет азами

культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	экологической, информационной и коммуникативной культурой.	
---	--	--

5.1. Перечень вопросов, выносимых для получения квалификационного экзамена по междисциплинарному курсу

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

1. Природа управления и исторические тенденции его развития.
2. Понятия менеджмента и управления, их соотношение. Управленческие революции. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента
3. Классические и неоклассические школы в истории менеджмента. Основные подходы к управлению. Развитие управления в России. Особенности современного российского менеджмента.
4. Содержание планирования. Роль прогнозирования в планировании. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Бизнес-планирование и методы обоснования бизнес-планов.
5. Понятие организации как функции менеджмента. Принципы построения организационной структуры предприятия. Иерархические (элементарные и дивизиональные) и адаптивные организационные структуры.
6. Понятия мотивации и стимулирования и их соотношение. Содержательные и процессуальные теории мотивации трудовой деятельности.
7. Понятие контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов, коррекция. Виды и принципы контроля.
8. Понятие и особенности методов управления. Организационно-административные, экономические и психологические методы менеджмента. Правила выбора и комплексного применения методов менеджмента.
9. Управленческое решение, процесс и методы его принятия. Требования, предъявляемые к управленческому решению и лицу его принимающему
10. Понятие среды организации. Характеристики внешней среды. Среда прямого и косвенного воздействия. Компоненты внутренней среды организации
11. Понятие коммуникации в менеджменте. Система информационных коммуникаций. Коммуникационный стиль. Модели взаимодействия в управлении
12. Понятие руководства. Соотношение партнерства и власти. Лидерство. Стили управления: виды и формирование стилей
13. Понятие корпоративной культуры и ее роль в деятельности организации. Структурное содержание корпоративной культуры, пути ее формирования. Понятие и виды организационного поведения
14. Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджера. Составляющие деловой этики. Функции и правила делового общения.

Механизм внедрения этических норм

15. Роль психологических знаний в решении задач управления организацией. Формирование психологического инструментария управленческого воздействия на сознание подчиненных

16. Планирование рекламной деятельности. Рекламный бюджет. Контроль рекламной деятельности. Эффективность рекламы.

МДК 04.02 Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов

1. Интегрированные коммуникации как господствующий вид коммуникаций в современном коммуникационном пространстве. Факторы интеграции в коммуникациях
2. Взаимовлияние общества и технологий в системе интегрированных коммуникаций. Эволюция каналов и контента в интегрированных коммуникациях.
3. Роль нового бизнеса (НБ) в жизни коммуникационного агентства.
4. 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.
5. Управление НБ в агентстве: организация работ по НБ, the Point & Driver System.
6. Понятие ИКК. Основная идея, имплементация по каналам. Работа по созданию ИКК: от клиентского брифа до размещения кампании в СМИ.
7. Этапы создания ИК: Привязка методологии создания ИКК к практике ДИ по курсу.
8. Типология личности Майерс-Бриггс. Методика профилирования клиентов глобальной сети McCann Erickson, построенная на психотипах Майерс-Бриггс, модифицированная под реалии рекламы. Особенности четырех типов клиентов (Bodycopy, Headline, Illustration, Logo).
9. Определение профиля клиента: по манере вести диалог; по первой встрече; по офису; по внешнему виду; по роду деятельности.
10. Роль знания о потребителе в коммуникационном процессе. Источники знаний о потребителе.
11. Глобальные и локальные потребительские тренды.
12. Определение потребительского инсайта. Роль инсайта. Типы инсайтов: продуктовый, психологический. Источники инсайтов.
13. Методика «раскопки инсайтов». Поиск инсайтов с помощью «правильных»/ «неправильных» вопросов и релевантных мини-кейсов

14. Процесс создания бренда (Brand creation flow). Место бренда в стратегическом подходе к бизнесу компании: Бизнес стратегия - Бренд стратегия – Маркетинг стратегия – Коммуникационная стратегия.
15. Дифференциация. Мотивация. Brand Proposition. Формула позиционирования бренда: ЛЮДЯМ – МЫ – ПРЕДЛАГАЕМ – БЛАГОДАРЯ.
16. Форматы бренд-документов. Основные элементы позиционирования, закрепленные в бренд-документах.
17. 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.
18. Практические занятия
19. Креативный бриф – творческое задание на реализацию коммуникационной стратегии.
20. Touchpoints (точки контакта). Классификация точек контакта.
21. Consumer Journey/ Path to Purchase. Креативность в нахождении и использовании точек контакта. Оригинальные точки контакта.
22. Медиапланирование по точкам контакта: сложности и перспективы.
23. Классификация видов рекламы. Форматы рекламы: testimonial, celebrity, endorsement (professional), infomercial.
24. Технологии рекламы (юмор, эмоции, демо, «говорящие картинки», нарратив).
25. Эволюция рекламы в современных условиях: нативная реклама
26. Маркетинг в современных условиях - Контент маркетинг. История зарождения, развитие., принципиальное отличие от традиционного маркетинга. Формы.
27. Контент маркетинг в B2B и B2C сегментах.
28. Ключевые инструменты PR в корпоративных коммуникациях. Допустимые и недопустимые инструменты PR
29. Назначение Система мониторинга результатов. Система обратной связи и коррекции хода проекта как обязательный элемент. Методики оценки результатов проекта. Фиксация результатов проекта и отчетность
30. 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.
31. Структура медийного рекламного агентства. Объем и структура медиарекламного рынка России. Основные рекламные группы на рынке рекламных агентств России.
32. Медиа-исследования как источник информации для медиапланирования.

33. Основные исследовательские компании в России и их синдикативные медиа-проекты. Основные статистики медиапланирования: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.
34. Понятие медиа-микса. Понятие целевой группы рекламной кампании. Основные аудиторные статистики медиапланирования. Понятия: пункта рейтинга, охвата, частоты.
35. Пункт рейтинга, баинговые и целевые пункты. Количество контактов с целевой аудиторией.
36. Частота контакта с рекламным сообщением; эффективная частота контакта.
37. Стоимостные показатели: цена за пункт рейтинга, стоимость тысячи контактов. Закупка и размещение рекламы. Медияселлеры на рекламном рынке России. Постбаинговая отчетность

5.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
Академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Требования к выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

- титульный лист, содержание доклада;
- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

анализ и толкование полученных в работе результатов;

выводы и оценки;

библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование кафедры, фамилию обучающийся;

- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;

содержательность – 2 балла;

структура и оформление доклада – 1 балл;

четкость и выразительность выступления – 1 балл;

умение пользоваться конспектом – 1 балл;

точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Презентация

Требования к презентациям

1. Объем презентации 20 -50 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

наименование факультета;

наименование кафедры;

тема презентации;

фамилия, имя, отчество, специальность, форма обучения, номер группы автора презентации;

фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражено обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).

2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).

5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Требования к выполнению Эссе(реферата)

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Тему реферата обучающийся выбирает самостоятельно, но если на одну тему претендует несколько обучающихся, на помощь приходит преподаватель. Список литературы к темам не дается, и обучающийся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающийся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а

во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата. Это правило касается и дипломных работ.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающийся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающийся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающийся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающийся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели;

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение учащихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок (<i>отлично</i>)
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий (<i>хорошо</i>)
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий (<i>удовлетворительно</i>)
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи (<i>неудовлетворительно</i>)
0 баллов	не аттестован

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПМ.04.ЭК ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

**ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА (ПРОДУКТА)**

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа квалификационного экзамена **ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалисты по рекламе.

Рабочая программа квалификационного экзамена 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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы
Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА (ПРОДУКТА)

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 282 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 174 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 108 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 66 часов;

производственной практики – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИОННОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в

	профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин».

Оборудование учебного кабинета: 40 лавок; 40 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: доска TRACEBOARD.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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 : // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

3. 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>

Дополнительные источники:

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:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>

4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Иметь практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта. 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.	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля. Экзамены по междисциплинарным
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль	Иметь практический опыт контролирования соответствия	курсам и профессиональному

<p>изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p>	<p>рекламной продукции требованиям рекламодателя; 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; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.</p>	<p>модулю.</p>
<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>	<p>Иметь практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав. Уметь проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав. Знать</p>	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

<p>Результаты (освоенные общие компетенции)</p>	<p>Основные показатели оценки результата</p>	<p>Формы и методы контроля и оценки</p>
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей</p>	<p>демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за</p>

будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	порученные задания. – применяет знания и умения на практике	деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету сотрудника; – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях; – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию; – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом.	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения	Осуществляет эффективный поиск необходимой информации; –использует различные источники информации, включая	

<p>профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>электронные; – анализирует информацию из различных источников;</p> <p>– понимает способы поиска и анализа информации;</p> <p>– пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий;</p> <p>– грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем;</p> <p>– умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач</p>	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p>	<p>владеет компьютерными навыками; – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»;</p> <p>– работает с информационными справочно-правовыми системами;</p> <p>– владеет навыками работы в сети Интернет;</p> <p>– работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей;</p> <p>– применяет основные функции и принципы делового общения;</p> <p>– использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством,</p>	<p>взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения;</p>	

коллегами социальными партнерами	и	– понимает общие цели; – формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	и	добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат; – делает анализ и коррекцию результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.		организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля; – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	и	– осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает потенциальных кандидатов на вакантные должности
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	и	– владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной	и	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет азами

культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	экологической, информационной и коммуникативной культурой.	
---	--	--

4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения квалификационного экзамена по междисциплинарному курсу

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

1. Природа управления и исторические тенденции его развития.
2. Понятия менеджмента и управления, их соотношение. Управленческие революции. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента
3. Классические и неоклассические школы в истории менеджмента. Основные подходы к управлению. Развитие управления в России. Особенности современного российского менеджмента.
4. Содержание планирования. Роль прогнозирования в планировании. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Бизнес-планирование и методы обоснования бизнес-планов.
5. Понятие организации как функции менеджмента. Принципы построения организационной структуры предприятия. Иерархические (элементарные и дивизиональные) и адаптивные организационные структуры.
6. Понятия мотивации и стимулирования и их соотношение. Содержательные и процессуальные теории мотивации трудовой деятельности.
7. Понятие контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов, коррекция. Виды и принципы контроля.
8. Понятие и особенности методов управления. Организационно-административные, экономические и психологические методы менеджмента. Правила выбора и комплексного применения методов менеджмента.
9. Управленческое решение, процесс и методы его принятия. Требования, предъявляемые к управленческому решению и лицу его принимающему
10. Понятие среды организации. Характеристики внешней среды. Среда прямого и косвенного воздействия. Компоненты внутренней среды организации
11. Понятие коммуникации в менеджменте. Система информационных коммуникаций. Коммуникационный стиль. Модели взаимодействия в управлении
12. Понятие руководства. Соотношение партнерства и власти. Лидерство. Стили управления: виды и формирование стилей
13. Понятие корпоративной культуры и ее роль в деятельности организации. Структурное содержание корпоративной культуры, пути ее формирования. Понятие и виды организационного поведения
14. Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджера. Составляющие деловой этики. Функции и правила делового общения.

Механизм внедрения этических норм

15. Роль психологических знаний в решении задач управления организацией. Формирование психологического инструментария управленческого воздействия на сознание подчиненных

16. Планирование рекламной деятельности. Рекламный бюджет. Контроль рекламной деятельности. Эффективность рекламы.

МДК 04.02 Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов

1. Интегрированные коммуникации как господствующий вид коммуникаций в современном коммуникационном пространстве. Факторы интеграции в коммуникациях
2. Взаимовлияние общества и технологий в системе интегрированных коммуникаций. Эволюция каналов и контента в интегрированных коммуникациях.
3. Роль нового бизнеса (НБ) в жизни коммуникационного агентства.
4. 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.
5. Управление НБ в агентстве: организация работ по НБ, the Point & Driver System.
6. Понятие ИКК. Основная идея, имплементация по каналам. Работа по созданию ИКК: от клиентского брифа до размещения кампании в СМИ.
7. Этапы создания ИК: Привязка методологии создания ИКК к практике ДИ по курсу.
8. Типология личности Майерс-Бриггс. Методика профилирования клиентов глобальной сети McCann Erickson, построенная на психотипах Майерс-Бриггс, модифицированная под реалии рекламы. Особенности четырех типов клиентов (Bodycopy, Headline, Illustration, Logo).
9. Определение профиля клиента: по манере вести диалог; по первой встрече; по офису; по внешнему виду; по роду деятельности.
10. Роль знания о потребителе в коммуникационном процессе. Источники знаний о потребителе.
11. Глобальные и локальные потребительские тренды.
12. Определение потребительского инсайта. Роль инсайта. Типы инсайтов: продуктовый, психологический. Источники инсайтов.
13. Методика «раскопки инсайтов». Поиск инсайтов с помощью «правильных»/ «неправильных» вопросов и релевантных мини-кейсов

14. Процесс создания бренда (Brand creation flow). Место бренда в стратегическом подходе к бизнесу компании: Бизнес стратегия - Бренд стратегия – Маркетинг стратегия – Коммуникационная стратегия.
15. Дифференциация. Мотивация. Brand Proposition. Формула позиционирования бренда: ЛЮДЯМ – МЫ – ПРЕДЛАГАЕМ – БЛАГОДАРЯ.
16. Форматы бренд-документов. Основные элементы позиционирования, закреплённые в бренд-документах.
17. 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.
18. Практические занятия
19. Креативный бриф – творческое задание на реализацию коммуникационной стратегии.
20. Touchpoints (точки контакта). Классификация точек контакта.
21. Consumer Journey/ Path to Purchase. Креативность в нахождении и использовании точек контакта. Оригинальные точки контакта.
22. Медиапланирование по точкам контакта: сложности и перспективы.
23. Классификация видов рекламы. Форматы рекламы: testimonial, celebrity, endorsement (professional), infomercial.
24. Технологии рекламы (юмор, эмоции, демо, «говорящие картинки», нарратив).
25. Эволюция рекламы в современных условиях: нативная реклама
26. Маркетинг в современных условиях - Контент маркетинг. История зарождения, развитие., принципиальное отличие от традиционного маркетинга. Формы.
27. Контент маркетинг в B2B и B2C сегментах.
28. Ключевые инструменты PR в корпоративных коммуникациях. Допустимые и недопустимые инструменты PR
29. Назначение Система мониторинга результатов. Система обратной связи и коррекции хода проекта как обязательный элемент. Методики оценки результатов проекта. Фиксация результатов проекта и отчетность
30. 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.
31. Структура медийного рекламного агентства. Объем и структура медиарекламного рынка России. Основные рекламные группы на рынке рекламных агентств России.
32. Медиа-исследования как источник информации для медиапланирования.

33. Основные исследовательские компании в России и их синдикативные медиа-проекты. Основные статистики медиапланирования: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.
34. Понятие медиа-микса. Понятие целевой группы рекламной кампании. Основные аудиторные статистики медиапланирования. Понятия: пункта рейтинга, охвата, частоты.
35. Пункт рейтинга, баинговые и целевые пункты. Количество контактов с целевой аудиторией.
36. Частота контакта с рекламным сообщением; эффективная частота контакта.
37. Стоимостные показатели: цена за пункт рейтинга, стоимость тысячи контактов. Закупка и размещение рекламы. МедиаSELLеры на рекламном рынке России. Постбаинговая отчетность

4.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются Оценивание результатов квалификационного экзамена, продемонстрированных обучающимися в рамках экзамена, происходит на основании Положения о квалификационном экзамене по профессиям рабочих, должностям служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение в рамках основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования от 07.06.2016 за №1003.

5.ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



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

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалистов по рекламе.

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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы преподаватель Колледжа РГСУ



А.А.Вискунова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 164 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 56 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 54 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 2 часа;

учебной практики – 36 часов;

производственной практики – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)», 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.05

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			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 – 3.2, 4.1 - 4.3	Раздел 1. Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)	56	54	32	*	2	*	36	72
	Учебная практика	36							
	Производственная практика (по профилю специальности)	72							
	Экзамен квалификационный	0							
	Всего:	164	54	32		2	*	108	

* Раздел профессионального модуля – часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

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	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 05.	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	164	
МДК.04.01 Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)		56	
Тема 1.1. Основы методологии рекламной деятельности	Содержание	4	1, 2
	1. Товарный рынок и рекламная деятельность. Методология организации рекламной деятельности.		
	2. Стратегия и функции рекламной деятельности организации		
	Практические занятия	4	
1. Стратегия и функции рекламной деятельности организации			
Тема 1.2 Особенности организации рекламной деятельности в различных отраслях	Содержание	10	1, 2
	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 рекламной кампании оптовых предприятий. Виды рекламных кампаний. Разработка рекламной программы. Медиапланирование. Показатели эффективности медиапланов. Стратегическое планирование рекламных кампаний.		
	4.	Организация выставочной деятельности. Классификация и терминология выставочно-ярмарочной деятельности. Понятие инфраструктуры выставочной деятельности. Процесс организации выставочной деятельности. Экономические аспекты организации выставки.		
	Практические занятия		16	
	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.		
Тема 1.3. Эффективность организации рекламной деятельности	Содержание		4	1, 2
	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.		
	Практические занятия		12	
	1	Показатели эффективности организации рекламной деятельности. Классификация методов определения эффективности организации рекламной деятельности.		
Тема 1.4. Организация взаимоотношений участников рекламного	Содержание		4	1, 2
	1.	Структура и функционирование рекламного отдела. Участники рекламного процесса. Организация труда в рекламной службе.		

процесса	2.	Планирование рекламной работы на предприятии		
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 05.			2	2,3
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Подготовка презентаций. MicrosoftPowerPoint, MicrosoftSway.				
Учебная практика Производственная практика Виды работ: 1. Охарактеризовать организационную структуру базы практики. 2. Охарактеризовать особенности организации рекламной деятельности организации. 3. Охарактеризовать структуру рекламного отдела организации, взаимосвязи участников рекламного процесса, организацию труда в рекламной службе.			36 + 72	
Всего			164	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин», лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета: 40 лавок; 40 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: доска TRACEBOARD.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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 : // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>
3. 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>

Дополнительные источники:

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:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн»<http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» является освоение теоретического материала и прохождение учебной практики.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты	Основные показатели	Формы и методы контроля
-------------------	----------------------------	--------------------------------

(освоенные профессиональные компетенции)	оценки результата	и оценки
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	<p>Обладать навыками выявления требований целевых групп потребителей.</p> <p>Уметь проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.</p> <p>Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. <p>Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.</p>
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	<p>Обладать навыками разработки средств продвижения рекламного продукта, разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p> <p>Уметь сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.</p> <p>Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<p>Иметь практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта.</p> <p>Уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.</p> <p>Знать аспекты планирования</p>	

	рекламы, этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.	
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Иметь практический опыт контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; 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; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Иметь практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав. Уметь проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав. Знать	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

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.	демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет порученные задания. – применяет знания и умения на практике	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	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету сотрудника; – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях; – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию; – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления	

	персоналом.	
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; –использует различные источники информации, включая электронные; –анализирует информацию из различных источников;</p> <p>– понимает способы поиска и анализа информации;</p> <p>– пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий;</p> <p>– грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем;</p> <p>– умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач</p>	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	<p>владеет компьютерными навыками; – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»;</p> <p>– работает с информационными справочно-правовыми системами;</p> <p>– владеет навыками работы в сети Интернет;</p> <p>– работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей;</p> <p>– применяет основные функции и принципы делового общения;</p> <p>– использует необходимые нормы и правила этикета в</p>	

	профессиональной деятельности.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами	взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения; – понимает общие цели; – формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат; – делает анализ и коррекцию результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля; – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает потенциальных кандидатов на вакантные должности	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в	– владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	

профессиональной деятельности		
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет умениями экологической, информационной и коммуникативной культурой.	

5.1. Перечень вопросов, выносимых для получения квалификационного экзамена по междисциплинарному курсу

МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)

1. Товарный рынок и рекламная деятельность. Методология организации рекламной деятельности.
2. Стратегия и функции рекламной деятельности организации
3. Организационная структура рекламного агентства: её виды и сравнительная характеристика.
4. Рекламные агентства полного цикла.
5. Медиабанерные рекламные агентства.
6. Специализированные рекламные фирмы.
7. Рекламная деятельность издательств печатных СМИ.
8. Характеристика основных функциональных подразделений рекламного агентства.
9. Фундаментальные требования к деятельности рекламного агентства. Стандарт услуг рекламного агентства.
10. Теоретические модели маркетинга товаров и услуг.
11. Структурные и концептуальные элементы международных концепций маркетинга товаров и услуг. Реклама как элемент комплекса маркетинга товаров и услуг.
12. Структура рекламно-коммуникационных каналов, их особенности и механизмы передачи рекламной информации.
13. Классификация рекламных средств.
14. Внешняя реклама магазина.
15. Интерьер магазина как средство рекламы.
16. Рекламные мероприятия в магазине.
17. Витрины как средство рекламы. Оформление витрин образцами различных товарных групп.
18. Содержание и этапы рекламной кампании оптового предприятия.

19. Особенности проведения рекламной кампании оптовых предприятий. Виды рекламных кампаний. Разработка рекламной программы.
20. Медиапланирование. Показатели эффективности медиапланов. Стратегическое планирование рекламных кампаний.
21. Классификация и терминология выставочно-ярмарочной деятельности. Понятие инфраструктуры выставочной деятельности.
22. Процесс организации выставочной деятельности. Экономические аспекты организации выставки.
23. Оценка эффективности организации рекламной деятельности. Определения понятия «эффективность организации рекламной деятельности». Виды эффективности организации рекламной деятельности.
24. Показатели эффективности организации рекламной деятельности. Классификация методов определения эффективности организации рекламной деятельности.
25. Структура и функционирование рекламного отдела. Участники рекламного процесса. Организация труда в рекламной службе.
26. Планирование рекламной работы на предприятии

5.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
Академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Требования к выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

- титульный лист, содержание доклада;
- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование кафедры, фамилию обучающийся;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Презентация

Требования к презентациям

1. Объем презентации 20 -50 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - наименование кафедры;
 - тема презентации;

фамилия, имя, отчество, специальность, форма обучения, номер группы автора презентации;

фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражено обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).

2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).

5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Требования к выполнению Эссе(реферата)

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Тему реферата обучающийся выбирает самостоятельно, но если на одну тему претендует несколько обучающихся, на помощь приходит преподаватель. Список литературы к темам не дается, и обучающийся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающийся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы,

осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и

символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата. Это правило касается и дипломных работ.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающийся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающийся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающийся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающийся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели;

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показывается их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение учащихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название

работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок (<i>отлично</i>)
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий (<i>хорошо</i>)
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий (<i>удовлетворительно</i>)
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи (<i>неудовлетворительно</i>)

0 баллов	не аттестован
----------	---------------

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПМ.05.ЭК ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ

Рабочая программа квалификационного экзамена ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалистов по рекламе.

Рабочая программа квалификационного экзамена 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.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы преподаватель Колледжа РГСУ



А.А. Вискунова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы
Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК (изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы)



Е.А. Суярова

(подпись)

Рабочая программа квалификационного экзамена рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

теоретические знания, практические умения и навыки, полученные в ходе изучения профессионального модуля, будут способствовать успешной работе выпускника области издательского дела, его социальной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда, а также формированию таких социально-личностных качеств как целеустремленность, способность к быстрой социальной адаптации и реализации своего творческого личностного потенциала и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов, имеющих базовый уровень образования.

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

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 164 часа, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 56 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 54 часа;
 самостоятельной работы обучающегося – 2 часа;
учебной практики – 36 часов;
производственной практики – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)», 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин», лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета: 40 лавок; 40 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: доска TRACEBOARD.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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 : // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

3. 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>

Дополнительные источники:

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:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» является освоение учебной практики наблюдений и показательных уроков.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Результаты (освоенные профессиональные)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
--	--	---

компетенции)		
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.</p>	<p>Обладать навыками выявления требований целевых групп потребителей.</p> <p>Уметь проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.</p> <p>Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - контрольных работ по темам МДК. <p>Дневники по учебной и производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля.</p> <p>Анализ и оценка качества проведения пробных уроков и занятий.</p>
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p>	<p>Обладать навыками разработки средств продвижения рекламного продукта, разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p> <p>Уметь сегментировать рынок; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.</p> <p>Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	<p>Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.</p>
<p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p>	<p>Иметь практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта.</p> <p>Уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.</p> <p>Знать аспекты планирования рекламы, этапы принятия и реализации управленческих</p>	

	решений; классификацию целей менеджмента.	
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<p>Иметь практический опыт контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</p> <p>Уметь работать с рекламой в средствах массовой информации, проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.</p> <p>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.</p>	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<p>Иметь практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав.</p> <p>Уметь проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</p> <p>Знать</p>	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общекультурных компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
------------------------------	---------------------------------------	----------------------------------

компетенции)		
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	демонстрирует интерес к будущей профессии. – качественно выполняет порученные задания. – применяет знания и умения на практике	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	выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области управления персоналом, – определяет потребности в персонале, – ориентируется в локальных нормативных актах организации; – оформляет резюме и анкету сотрудника; – оценивает деловые и профессиональные качества сотрудников организации; – качественно выполняет практические задания	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	определяет проблему в профессионально-ориентированных ситуациях; – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат; – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию; – несет ответственность за принятое решение. – решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области управления персоналом.	
ОК 4. Осуществлять	Осуществляет эффективный	

<p>поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>поиск необходимой информации; –использует различные источники информации, включая электронные; –анализирует информацию из различных источников;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимает способы поиска и анализа информации; – пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий; – грамотно выражает свои мысли в беседе с руководителем; – умеет устанавливать контакт с клиентом, выявляя его потребности; – применяет найденную информацию для выполнения профессиональных ситуаций и задач 	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности</p>	<p>владеет компьютерными навыками; – понимает область применения справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс»;</p> <ul style="list-style-type: none"> – работает с информационными справочно-правовыми системами; – владеет навыками работы в сети Интернет; – работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей; – применяет основные функции и принципы делового общения; – использует необходимые нормы и правила этикета в профессиональной деятельности. 	

<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами</p>	<p>взаимодействует с другими обучающимися, преподавателями и наставниками в ходе обучения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимает общие цели; – формулирует вопросы по проблемам руководства коллективом 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат;</p> <ul style="list-style-type: none"> – делает анализ и коррекцию результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности. 	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осознанно планирует свою деятельность, занимается самообразованием и саморазвитием 	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – осуществляет анализ инноваций в области разработки новых методов управления персоналом; – проводит анализ рынка труда, оценивает потенциальных кандидатов на вакантные должности 	
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – владеет основами знаний о предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. 	

<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке</p>	<p>– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке; – владеет азами экологической, информационной и коммуникативной культурой.</p>	
--	---	--

4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения квалификационного экзамена по междисциплинарному курсу

МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)

1. Товарный рынок и рекламная деятельность. Методология организации рекламной деятельности.
2. Стратегия и функции рекламной деятельности организации
3. Организационная структура рекламного агентства: её виды и сравнительная характеристика.
4. Рекламные агентства полного цикла.
5. Медиабанерные рекламные агентства.
6. Специализированные рекламные фирмы.
7. Рекламная деятельность издательств печатных СМИ.
8. Характеристика основных функциональных подразделений рекламного агентства.
9. Фундаментальные требования к деятельности рекламного агентства. Стандарт услуг рекламного агентства.
10. Теоретические модели маркетинга товаров и услуг.
11. Структурные и концептуальные элементы международных концепций маркетинга товаров и услуг. Реклама как элемент комплекса маркетинга товаров и услуг.
12. Структура рекламно-коммуникационных каналов, их особенности и механизмы передачи рекламной информации.
13. Классификация рекламных средств.
14. Внешняя реклама магазина.
15. Интерьер магазина как средство рекламы.
16. Рекламные мероприятия в магазине.
17. Витрины как средство рекламы. Оформление витрин образцами различных товарных групп.
18. Содержание и этапы рекламной кампании оптового предприятия.
19. Особенности проведения рекламной кампании оптовых предприятий. Виды рекламных кампаний. Разработка рекламной программы.

20. Медиапланирование. Показатели эффективности медиапланов. Стратегическое планирование рекламных кампаний.
21. Классификация и терминология выставочно-ярмарочной деятельности. Понятие инфраструктуры выставочной деятельности.
22. Процесс организации выставочной деятельности. Экономические аспекты организации выставки.
23. Оценка эффективности организации рекламной деятельности. Определения понятия «эффективность организации рекламной деятельности». Виды эффективности организации рекламной деятельности.
24. Показатели эффективности организации рекламной деятельности. Классификация методов определения эффективности организации рекламной деятельности.
25. Структура и функционирование рекламного отдела. Участники рекламного процесса. Организация труда в рекламной службе.
26. Планирование рекламной работы на предприятии

4.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются Оценивание результатов квалификационного экзамена, продемонстрированных обучающимися в рамках экзамена, происходит на основании Положения о квалификационном экзамене по профессиям рабочих, должностям служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение в рамках основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования от 07.06.2016 за №1003.

5.ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа РГСУ
А.В. Косоплечев

«24» мая 2022 г..

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОУД.01. МАТЕМАТИКА

реализуемой в пределах
программы подготовки специалистов среднего звена

на базе основного общего образования

по специальности
42.02.01 Реклама

Социально-экономический профиль

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины **ПОУД.01 «Математика»** разработана на основании:

– федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510;

– федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.05.2012 № 413;

– рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой специальности или профессии среднего профессионального образования (письмо Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО Минобрнауки России от 17.03.2015 № 06-259);

– примерной основной образовательной программы среднего общего образования, одобренной решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию (протокол от 28 июня 2016 г. № 2/16-з);

– учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования – программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: Сташина Ю.С.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы преподаватель Колледжа РГСУ

А.А.Вискунова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК.

Протокол № 10 от 10 мая 2022 г.

Председатель ПЦК естественно-математических дисциплин, физической культуры и БЖ

А.В.Ерпелев

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
1.1. Область применения рабочей программы.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:	4
1.3. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	7
2.2. Тематический план учебной дисциплины.....	8
2.3. Содержание учебной дисциплины	10
2.4. Планы групповых занятий и образовательные технологии	12
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	17
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	17
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	18
4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения зачета/экзамена	19
4.2. Критерии оценки ответов.....	22
5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	27

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью общеобразовательного цикла основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности среднего профессионального образования: в соответствии с ФГОС среднего общего образования и ФГОС по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «Математика» (ПОУД.01) относится к циклу дисциплин общеобразовательной подготовки основной профессиональной образовательной программы СПО - ППССЗ по специальности 44.02.01 «Реклама», квалификация выпускника – «Специалист по рекламе».

Учебная дисциплина относится к предметной области ФГОС среднего общего образования: Математика и информатика

Является профильной дисциплиной.

Уровень освоения учебной дисциплины в соответствии с ФГОС среднего общего образования – базовый.

Рабочая программа учебной дисциплины ПОУД.01 «Математика» имеет межпредметную связь с:

- общеобразовательными учебными дисциплинами «Информатика»;
- профессиональными дисциплинами «Математика», «Информатика».

Изучение учебной дисциплины ПОУД.01 «Математика» завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена в рамках освоения ППССЗ на базе основного общего образования.

1.3. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины

Содержание программы «Математика» направлено на достижение следующих целей: обеспечение сформированности представлений о социальных, культурных и исторических факторах становления математики; обеспечение сформированности логического, алгоритмического и математического мышления; обеспечение сформированности умений применять полученные знания при решении различных задач; обеспечение сформированности представлений о математике как части общечеловеческой культуры, универсальном языке науки, позволяющем описывать и изучать реальные процессы и явления.

В результате освоения учебной дисциплины ПОУД.01 «Математика» обучающийся должен:

– знать/понимать:

иметь представление о математике как части мировой культуры и о месте математики в современной цивилизации, о способах описания на математическом языке явлений реального мира;

иметь представление о математических понятиях как о важнейших математических моделях, позволяющих описывать и изучать разные процессы и явления; понимание возможности аксиоматического построения математических теорий;

иметь представление об основных понятиях, идеях и методах математического анализа;

иметь представление о процессах и явлениях, имеющих вероятностный характер, о статистических закономерностях в реальном мире, об основных понятиях элементарной теории вероятностей;

уметь:

владеть методами доказательств и алгоритмов решения; уметь их применять, проводить доказательные рассуждения в ходе решения задач;

владеть стандартными приёмами решения рациональных и иррациональных, показательных, степенных, тригонометрических уравнений и неравенств, их систем; использование готовых компьютерных программ, в том числе для поиска пути решения и иллюстрации решения уравнений и неравенств;

владеть основными понятиями о плоских и пространственных геометрических фигурах, их основных свойствах;

уметь распознавать на чертежах, моделях и в реальном мире геометрические фигуры; применять изученные свойства геометрических фигур и формул для решения геометрических задач и задач с практическим содержанием;

владеть навыками использования готовых компьютерных программ при решении задач.

уметь находить и оценивать вероятности наступления событий в простейших практических ситуациях и основные характеристики случайных величин;

Освоение содержания общеобразовательной учебной дисциплины ПД.01 «Математика: алгебра, начала математического анализа, геометрия» обеспечивает достижение обучающимися следующих результатов:

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
1.	личностные	<ul style="list-style-type: none">-сформированность представлений о математике как универсальном языке науки, средстве моделирования явлений и процессов, идеях и методах математики;-понимание значимости математики для научно-технического прогресса, сформированность отношения к математике как к части общечеловеческой культуры через знакомство с историей развития математики, эволюцией математических идей;-развитие логического мышления, пространственного воображения, алгоритмической культуры, критичности мышления на уровне, необходимом для будущей профессиональной деятельности, для продолжения образования и самообразования;-овладение математическими знаниями и умениями, необходимыми в повседневной жизни, для освоения смежных естественно-научных дисциплин и дисциплин профессионального цикла, для получения образования в областях, не требующих углубленной математической подготовки;- готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;-готовность и способность к самостоятельной творческой и ответственной деятельности;-готовность к коллективной работе, сотрудничеству со сверстниками в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности;

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
		-отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;
2.	метапредметные	<p>-умение самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использовать все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; выбирать успешные стратегии в различных ситуациях;</p> <p>-умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты;</p> <p>-владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;</p> <p>-готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;</p> <p>-владение языковыми средствами: умение ясно, логично и точно излагать свою точку зрения, использовать адекватные языковые средства;</p> <p>-владение навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований, границ своего знания и незнания, новых познавательных задач и средств для их достижения;</p> <p>-целеустремленность в поисках и принятии решений, сообразительность и интуиция, развитость пространственных представлений; способность воспринимать красоту и гармонию мира;</p>
3.	предметные	<p>-сформированность представлений о математике как части мировой культуры и месте математики в современной цивилизации, способах описания явлений реального мира на математическом языке;</p> <p>-сформированность представлений о математических понятиях как важнейших математических моделях, позволяющих описывать и изучать разные процессы и явления; понимание возможности аксиоматического построения математических теорий;</p> <p>-владение методами доказательств и алгоритмов решения, умение их применять, проводить доказательные рассуждения в ходе решения задач;</p>

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
		<p>-владение стандартными приемами решения рациональных и иррациональных, показательных, степенных, тригонометрических уравнений и неравенств, их систем; использование готовых компьютерных программ, в том числе для поиска пути решения и иллюстрации решения уравнений и неравенств;</p> <p>-сформированность представлений об основных понятиях математического анализа и их свойствах, владение умением характеризовать поведение функций, использование полученных знаний для описания и анализа реальных зависимостей;</p> <p>-владение основными понятиями о плоских и пространственных геометрических фигурах, их основных свойствах; сформированность умения распознавать геометрические фигуры на чертежах, моделях и в реальном мире; применение изученных свойств геометрических фигур и формул для решения геометрических задач и задач с практическим содержанием;</p> <p>сформированность представлений о процессах и явлениях, имеющих вероятностный характер, статистических закономерностях в реальном мире, основных понятиях элементарной теории вероятностей; умений находить и оценивать вероятности наступления событий в простейших практических ситуациях и основные характеристики случайных величин;</p> <p>-владение навыками использования готовых компьютерных программ при решении задач.</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 288 часов, в том числе
 Аудиторные занятия 196 часов, самостоятельная работа 92 часа.

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	288
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	196
в том числе:	
лекционные занятия	82
лабораторные работы	0
практические занятия	114
контрольные работы	0
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	92
в том числе:	
самостоятельная работа над проектом	0

внеаудиторная самостоятельная работа	92
Итоговая аттестация в форме КСР – 1 семестр , экзамен – 2 семестр	

2.2. Тематический план учебной дисциплины

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации						
		Всего	Самостоят. работа	Аудиторные занятия			Конт. раб.	Рефераты / эссе	Курсов. раб/ проект	Расчетно-графическая работа	Контр. точки	Зачет/дифф. зачет	Экзамен	
				Всего	Лекционного типа	Семинарского типа								Лабораторные занятия
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.	РАЗДЕЛ 1. Алгебра													
1.1.	Корни и степени	22	8	14	6	8								
1.2.	Логарифм	22	8	14	6	8								
1.3.	Функции	22	8	14	6	8								
1.4.	Уравнения и неравенства	24	8	16	6	10								
2.	РАЗДЕЛ 2. Тригонометрия													
2.1.	Основы тригонометрии	22	8	14	6	8								
2.2.	Тригонометрические функции	24	8	16	6	10								
2.3.	Решение тригонометрических уравнений	28	10	18	6	12								
3.	РАЗДЕЛ 3. Геометрия													
3.1.	Прямые в плоскости и пространстве	22	10	12	4	8								
3.2.	Многогранники	18	10	8	2	6								
3.3.	Тела и поверхности вращения	18	10	8	2	6								
3.4.	Объемы пространственных тел	20	10	10	4	6								
3.5.	Координаты и векторы	22	10	12	4	8								
4.	РАЗДЕЛ 4. Начала математического анализа													

4.1.	Дифференциальное исчисление функции одной переменной	32	12	20	12	8								
4.2.	Интегральное исчисление функции одной переменной	32	12	20	12	8								
Общий объем	Итого часов	288	92	196	82	114							1	2
	Всего часов	288												

2.3. Содержание учебной дисциплины

Тема 1.1. Корни и степени	Корень степени $n > 1$ и его свойства. Степень с рациональным показателем и ее свойства. Понятие о степени с действительным показателем. Свойства степени с действительным показателем	2
Тема 1.2. Логарифм	Показательная функция, её свойства. Логарифм числа. Основное логарифмическое тождество. Логарифм произведения, частного, степени; переход к новому основанию. Десятичный и натуральный логарифмы, число e . Преобразования простейших выражений, включающих арифметические операции, а также операцию возведения в степень и операцию логарифмирования	2
Тема 1.3. Функции	Область определения и множество значений. График функции. Построение графиков функций, заданных различными способами. Свойства функций: монотонность, четность и нечетность, периодичность, ограниченность. Обратная функция. Область определения и область значений обратной функции. График обратной функции. Степенная, показательная и логарифмическая функции, их свойства и графики. Преобразования графиков.	2
Тема 1.4. Уравнения и неравенства	Решение иррациональных, показательных, логарифмических уравнений и неравенств. Основные приемы решения систем уравнений: подстановка, алгебраическое сложение, введение новых переменных. Равносильность уравнений, неравенств, систем. Использование свойств и графиков функций при решении уравнений и неравенств. Метод интервалов	2
Тема 2.1. Основы тригонометрии	Синус, косинус, тангенс, котангенс произвольного угла. Радианная мера угла. Основные тригонометрические тождества. Формулы приведения. Синус, косинус и тангенс суммы и разности двух углов. Синус и косинус двойного угла. Формулы половинного угла. Преобразования суммы тригонометрических функций в произведение и произведения в сумму. Преобразования простейших тригонометрических выражений	2
Тема 2.2. Тригонометрические функции	Тригонометрические функции, их свойства и графики; периодичность, основной период. преобразования графиков	2

Тема 2.3. Решение тригонометрических уравнений	Простейшие тригонометрические уравнения. Арксинус, арккосинус, арктангенс числа. Различные методы решения тригонометрических уравнений	2
Тема 3.1. Прямые и плоскости в пространстве	Основные понятия стереометрии (точка, прямая, плоскость, пространство). Пересекающиеся, параллельные и скрещивающиеся прямые. Угол между прямыми в пространстве. Перпендикулярность прямых. Параллельность и перпендикулярность прямой и плоскости, признаки и свойства. Теорема о трех перпендикулярах. Перпендикуляр и наклонная. Угол между прямой и плоскостью. Параллельность и перпендикулярность плоскостей, признаки и свойства. Двугранный угол, линейный угол двугранного угла. Расстояния от точки до плоскости. Расстояние от прямой до плоскости. Расстояние между параллельными плоскостями. Расстояние между скрещивающимися прямыми. Изображение пространственных фигур.	2
Тема 3.2. Многогранники	Вершины, ребра, грани многогранника. Развертка. Многогранные углы. Выпуклые многогранники. Теорема Эйлера. Призма, ее основания, боковые ребра, высота, боковая поверхность. Прямая и наклонная призма. Правильная призма. Параллелепипед. Куб. Пирамида, ее основание, боковые ребра, высота, боковая поверхность. Треугольная пирамида. Правильная пирамида. Усеченная пирамида. Сечения куба, призмы, пирамиды. Представление о правильных многогранниках.	2
Тема 3.3. Тела и поверхности вращения	Цилиндр и конус. Усеченный конус. Основание, высота, боковая поверхность, образующая, развертка. Осевые сечения и сечения параллельные основанию. Шар и сфера, их сечения.	2
Тема 3.4. Объемы пространственных тел	Формулы объема куба, прямоугольного параллелепипеда, призмы, цилиндра. Формулы объема пирамиды и конуса. Формулы площади поверхностей цилиндра и конуса. Формулы объема шара и площади сферы.	2
Тема 3.5. Координаты и векторы	Декартовы координаты в пространстве. Формула расстояния между двумя точками. Уравнения сферы. Векторы. Модуль вектора. Равенство векторов. Сложение векторов и умножение вектора на число. Угол между векторами. Координаты вектора. Скалярное произведение векторов. Коллинеарные векторы. Компланарные векторы. Разложение вектора по трем некопланарным векторам.	2

Тема 4.1. Дифференциальное исчисление функции одной переменной	Понятие о пределе последовательности. Существование предела монотонной ограниченной последовательности. Длина окружности и площадь круга как пределы последовательностей. Бесконечно убывающая геометрическая прогрессия и ее сумма. Понятие о непрерывности функции. Понятие о производной функции, физический и геометрический смысл производной. Уравнение касательной к графику функции. Производные суммы, разности, произведения, частного. Производные основных элементарных функций.	2
Тема 4.2. Интегральное исчисление функции одной переменной	Первообразная. Неопределенный интеграл: определение, свойства, таблица основных интегралов, методы интегрирования. Определенный интеграл: определение, свойства, формула Ньютона-Лейбница, методы интегрирования, приложения.	2

2.4. Планы групповых занятий и образовательные технологии

Тема 1. Корни и степени

Цель: сформировать понятия «корень степени $n > 1$ », «степень с рациональным показателем», «степень с действительным показателем». Владеть навыками действия со степенями

Вопросы для самоподготовки:

1. История развития понятия «корень».
2. Степень с действительным показателем.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок

Тема 1.2. Логарифм

Цель: сформировать понятие показательной функции и логарифма. Владеть навыками действия с логарифмами

Вопросы для самоподготовки:

1. История развития понятия логарифм.
2. Правила действия с логарифмами.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок

- контрольная работа

Тема 1.3. Функции

Цель: Повторить и закрепить понятие функции, учить свойства. *Знать графики степенной, показательной и логарифмической функции*

Вопросы для самоподготовки:

1. История развития понятия функция.
2. Свойства функций: монотонность, четность и нечетность, периодичность, ограниченность.
3. Обратная функция. Область определения и область значений обратной функции. График обратной функции.
4. Преобразование графиков.
5. Свойства и график показательной функции.
6. Свойства и график логарифмической функции, как обратной для показательной.
7. Преобразование графиков степенной и логарифмической функций.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок

Тема 1.4. Уравнения и неравенства

Цель: Знать основные способы решение иррациональных уравнений и неравенств. Знать основные способы решение показательных уравнений и неравенств. Знать основные способы решение логарифмических уравнений и неравенств.

Вопросы для самоподготовки:

1. Метод замены и метод возведения в степень при решении иррациональных уравнений и систем уравнений.
2. Метод интервалов. Решение иррациональных неравенств.
3. Графический способ решения иррациональных уравнений и неравенств.
4. Решение простейших показательных уравнений.
5. Метод замены при решении показательных уравнений и систем уравнений.
6. Решение показательных неравенств.
7. Графический способ решения показательных уравнений и неравенств.
8. Решение простейших логарифмических уравнений.
9. Метод замены и метод сбора под один знак логарифма при решении логарифмических уравнений и систем уравнений.
10. Решение логарифмических неравенств.
11. Графический способ решения показательных уравнений и неравенств.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок
- контрольная работа

Тема 2.1. Основы тригонометрии

Цель: Повторить и закрепить основные понятия и формулы тригонометрии

Вопросы для самоподготовки:

1. История тригонометрии.
2. Градусная и радианная мера углов.
3. Основные формулы тригонометрии.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

1. практикум по решению задач
2. обсуждение предложенных решений у доски
3. совместный поиск альтернативных более рациональных решений
4. анализ допущенных ошибок

Тема 2.2. Тригонометрические функции

Цель: Уметь строить графики тригонометрических функций и графики гармонических колебаний. Знать определения и графики обратных тригонометрических функций

Вопросы для самоподготовки:

1. Графики основных тригонометрических функций.
2. Преобразования графиков.
3. Гармонические колебания.
4. Графики обратных тригонометрических функций.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок

Тема 2.3. Решение тригонометрических уравнений

Цель: Уметь записывать решения простейших тригонометрических уравнений. Знать приёмы решения тригонометрических уравнений разных типов. Знать приёмы решения систем тригонометрических уравнений. Уметь находить решения тригонометрических неравенств

Вопросы для самоподготовки:

1. Простейшие тригонометрические уравнения.
2. Метод замены в тригонометрических уравнениях.
3. Решение однородных уравнений.
4. Преобразование суммы тригонометрических функций в произведение.
5. Решение систем тригонометрических уравнений.
6. Решение тригонометрических неравенств с помощью единичного круга и с помощью графиков.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок
- контрольная работа

Тема 3.1. Прямые и плоскости в пространстве

Цель: Сформировать понятие аксиоматического метода в математике. Знать основные теоремы взаимного расположения прямых и плоскостей в пространстве

Вопросы для самоподготовки:

1. История создания «Начал» Евклида.
2. Параллельность прямых и плоскостей.
3. Перпендикулярность прямых и плоскостей.
4. Двугранный угол.
5. Угол между прямой и плоскостью.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок

Тема 3.2. Многогранники

Цель: Сформировать понятие многогранника, параллелепипеда, призмы. Владеть основными приёмами вычисления боковой поверхности многогранника

Вопросы для самоподготовки:

1. Правильные многогранники.
2. Призма и её площадь поверхности.
3. Пирамида и её площадь поверхности.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- нет (практическое занятие не предусмотрено)

Тема 3.3. Тела и поверхности вращения

Цель: Сформировать понятие цилиндра, конуса и сферы. Владеть основными приёмами вычисления поверхности тел вращения.

Вопросы для самоподготовки:

1. Развёртка цилиндра.
2. Площадь поверхности конуса.
3. Площадь поверхности шара.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок

Тема 3.4. Объемы пространственных тел

Цель: Сформировать понятие объёма пространственных фигур. Знать основные формулы вычисления объёма призмы и цилиндра. Владеть основными приёмами вычисления объёма пирамиды, конуса и шара. Сформировать понятие вписанных и описанных тел. Владеть основными приёмами построения вычисления объёма вписанных и описанных тел

Вопросы для самоподготовки:

1. Объём трёхгранной призмы.
2. Принцип Кавальери. Объём призмы и цилиндра.
3. Объём пирамиды.

4. Объём конуса.
5. Объём шара.
6. Тела, вписанные в шар.
7. Тела, описанные около шара.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок

Тема 3.5. Координаты и векторы

Цель: Сформировать понятие векторы в пространстве. Владеть основными приёмами действий с векторами в пространстве

Вопросы для самоподготовки:

1. Координаты вектора в пространстве.
2. Сложение и вычитание векторов.
3. Умножение вектора на число. Условие коллинеарности векторов.
4. Скалярное произведение векторов. Условие ортогональности векторов.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок
- контрольная работа

Тема 4.1. Дифференциальное исчисление функции одной переменной

Цель: Сформировать понятие предела функции. Владеть основными приёмами раскрытия неопределённости при вычислении предела функции. Сформировать понятие производной функции. Знать табличные производные, правила и приемы нахождения производной функции. Сформировать понятие экстремумов функции. Уметь исследовать функцию с помощью производной и строить её график.

Вопросы для самоподготовки:

1. Предел последовательности.
2. Определение пределов функции.
3. Раскрытия неопределённости при вычислении предела функции.
4. Непрерывность функции.
5. Определение производной функции.
6. Уравнение касательной к графику функции.
7. Использование таблицы производных и правил дифференцирования для нахождения производной функции.
8. Производная сложной функции.
9. Признак возрастания (убывания) функции.
10. Критические точки функции.
11. Максимумы и минимумы функции.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок

Тема 4.2. Интегральное исчисление функции одной переменной

Цель: Сформировать понятие первообразной функции. Уметь находить неопределённый интеграл, вычислять определённый интеграл

Вопросы для самоподготовки:

1. Нахождение первообразной функции.
2. Вычисление определённого интеграла.
3. Применение определённого интеграла в физике.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

- практикум по решению задач
- обсуждение предложенных решений у доски
- совместный поиск альтернативных более рациональных решений
- анализ допущенных ошибок
- контрольная работа

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Математика, алгебра, начало математического анализа, геометрия»

Оборудование учебного кабинета: 39 лавок; 39 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска, наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: проектор Epson EB-1430Wi; внешний пульт управления в комплекте; кронштейн (крепление) настенный в комплекте; модуль беспроводной сети Wi-Fi Epson ELPAP07; видеочамера AXIS M5014; доска комбинированная Board SYS ТЭ1*400К; компьютер ПЭВМ НИКС А5000-ITX и монитор Acer 21.5" Viseo223DXb, имеющие выход в Интернет.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Богомолов, Н. В. Математика : учебник для среднего профессионального образования / Н. В. Богомолов, П. И. Самойленко. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 401 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07878-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489612>
2. . Дорофеева, А. В. Математика : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Дорофеева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 400 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15555-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507899>

Дополнительные источники:

1. Баврин, И. И. Математика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. И. Баврин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 616 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15118-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490174>

2. Кремер, Н. Ш. Математика для колледжей : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Ш. Кремер, О. Г. Константинова, М. Н. Фридман ; под редакцией Н. Ш. Кремера. — 10-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 362 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15438-2.

— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507339>

Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

№ п/п	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3
1.	иметь представление о математике как части мировой культуры и о месте математики в современной культуре; знать: о способах описания на математическом языке явлений реального мира; иметь представление о математических понятиях как о важнейших математических моделях, позволяющих описывать и изучать разные процессы и явления; понимание возможности аксиоматического построения математических теорий; иметь представление об основных понятиях, идеях и методах математического анализа; иметь представление о процессах и явлениях, имеющих вероятностный характер, о статистических закономерностях в реальном мире, об основных понятиях элементарной теории вероятностей	Устный опрос Сообщение Конспект по заданной тематике Доклад Презентация
2.	уметь: владеть методами доказательств и алгоритмов решения; уметь их применять, проводить доказательные рассуждения в ходе решения задач; владеть стандартными приёмами решения рациональных и иррациональных, показательных, степенных, тригонометрических уравнений и неравенств, их систем; использование готовых компьютерных программ, в том числе для поиска пути решения и иллюстрации решения уравнений и неравенств; владеть основными понятиями о плоских и	Тестовые задания Контрольные работы

№ п/п	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3
	<p>пространственных геометрических фигурах, их основных свойствах;</p> <p>уметь распознавать на чертежах, моделях и в реальном мире геометрические фигуры; применять изученные свойства геометрических фигур и формул для решения геометрических задач и задач с практическим содержанием;</p> <p>владеть навыками использования готовых компьютерных программ при решении задач.</p> <p>уметь находить и оценивать вероятности наступления событий в простейших практических ситуациях и основные характеристики случайных величин</p>	

4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения зачета/экзамена

Пример контрольной работы:

Теоретический блок вопросов:

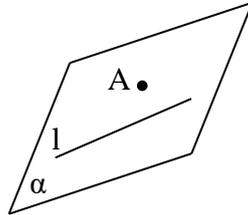
1. Степень с действительным показателем
2. Графики степенных функций
3. Показательная функция, её свойства и график
4. Определение логарифма. Основное логарифмическое тождество
5. Логарифмическая функция, её свойства и график
6. Радианная мера угла
7. Основные тригонометрические функции и их свойства
8. Основные тригонометрические тождества. Правило приведения
9. Формулы двойного угла и формулы понижения степени
10. Преобразование суммы тригонометрических функций в произведение и произведения в сумму
11. Графики тригонометрических функций
12. Преобразование графиков
13. Обратные тригонометрические функции и их графики
14. Решение простейших тригонометрических уравнений
15. Основные понятия стереометрии, Аксиомы стереометрии
16. Взаимное расположение прямых и плоскостей в пространстве
17. Расстояния между прямыми и плоскостями
18. Углы между прямыми и плоскостями
19. Векторы в пространстве. Координаты векторов
20. Сложение и вычитание векторов. Умножение вектора на число. Условие коллинеарности векторов
21. Скалярное произведение векторов. Условие ортогональности векторов
22. Многогранники. Прямоугольный параллелепипед
23. Призма. Боковая поверхность призмы
24. Пирамида, её боковая поверхность
25. Цилиндр. Развёртка цилиндра
26. Конус. Площадь поверхности конуса
27. Объём призмы и цилиндра
28. Объём пирамиды и конуса

29. Объём шара. Площадь поверхности сферы
30. Производная функции. Правила дифференцирования.
31. Производная сложной функции.
32. Производные высших порядков.
33. Непрерывность функции, классификация точек разрыва.
34. Достаточные условия монотонности функции.
35. Достаточные условия экстремумов функции.
36. Достаточные условия выпуклости, вогнутости, точки перегиба графика функции.
37. Первообразная. Неопределенный интеграл. Таблица основных интегралов.
38. Определенный интеграл. Формула Ньютона-Лейбница.

Аналитическое задание (*задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.*):

1. Вычислить. $\left(\left(3^{-1/4} \right)^8 + \left(\frac{3}{2} \right)^0 \right)^{-2}$
2. Решить уравнение. $\sqrt{4-x} = x+2$.
3. Решить неравенство. $2\sqrt{x-1} > x-4$.
4. Найти x : $3 \cdot 5^{x+2} - 15 \cdot 5^{x-1} + 5^{x+1} = 77$.
5. Решить уравнение $4^x - 15 \cdot 2^x - 16 = 0$
6. Вычислить $\log_6 \frac{1}{18} - \log_6 1 + \log_6 \frac{1}{12}$.
7. Вычислить $2^{4 \log_6 6}$
8. Решить уравнение $\log_5(x^2 + 6x + 10) = 3^{\lg 1}$
9. Решить уравнение $\log_{0,5} x - 2 \log_4(x^2 - 5x + 3) + 3 \log_2(x - 2) = 0$
10. Решить уравнение $\log_5^2 \frac{x}{25} + 4 \log_5 \frac{x}{5} - 4 = 0$
11. Сколько решений имеет система? Ответ обосновать графически. $\begin{cases} y = 2^{x-1} \\ 2x - y + 8 = 0 \end{cases}$
12. Сколько решений имеет система? Ответ обосновать графически. $\begin{cases} y = \log_{1/2} x \\ y = x^2 - 1 \end{cases}$
13. Решить неравенство. $\left(\frac{3}{4} \right)^{\frac{x+1}{x-2}} > \frac{\sqrt{3}}{2}$
14. Решить неравенство $\log_4 \log_{1/\sqrt{2}}(x+1) > 0,5$.
15. Вычислить, не применяя калькулятора $\cos 675^\circ \cdot \sin 900^\circ + \operatorname{tg}(-840^\circ)$
16. Найти значения всех тригонометрических функций угла α , если $3 \cos \alpha = -\frac{1}{3}$;
 $\frac{\pi}{2} < \alpha < \pi$.
17. Построить график функции $y = 2 + \cos\left(x - \frac{\pi}{6}\right)$
18. Найти решение уравнения на указанном промежутке.
19. $2 \sin(3x - 58^\circ) + \sqrt{2} = 0$, $180^\circ < x < 270^\circ$

20. Решить уравнение $2\cos^2(180^\circ + x) + 3\cos(90^\circ + x) = 0$
21. Найти все значения x , которые принадлежат интервалу $(a; b)$ и удовлетворяют данному уравнению $\cos 6x - \sin 3x = 0$ $[90^\circ; 180^\circ]$
22. Через прямую и не лежащую на ней точку можно провести плоскость и притом только одну.
- Чертеж. Прямая l , точка $A \notin l$, плоскость α проходит через точку A и прямую l .



Построить сечение куба $ABCD A_1 B_1 C_1 D_1$ плоскостью, проходящей через точки $BB_1 D$.

23. Найти расстояние от точки $A(3; -2; 5)$ до оси OZ .
24. Из одной точки C к плоскости проведены две наклонные CA под углом α и CB под углом β . Проекция первой наклонной AK , второй- BK . $\alpha = 30^\circ$, $\beta = 60^\circ$, $BK = 10$ см. Найти CA .
25. Из начала координат построить вектор $\vec{a} = \vec{AB}$. Найти направляющие косинусы этого вектора $\cos \alpha$, $\cos \beta$, $\cos \gamma$. Отметить на чертеже углы α , β , γ . $A(-3; -1; 0)$; $B(-1; 2; 4)$.
26. Найти вектор $\vec{b} = 2 \cdot \vec{FD} - 3 \cdot \vec{DE}$, если $D(1; 8; 9)$;
27. $E(-1; 13; 14)$; $F(0; 10; 5)$
28. Найти в градусах величину $\angle A$ в треугольнике ABC , если $A(4; 5; -6)$; $B(3; 7; -5)$ и $C(5; 7; -8)$.
29. Найти $Pr_{\vec{b}} \vec{a}$, если $\vec{a}(2; 1; 5)$; $\vec{b}(-2; -2; 2)$.
30. При каких значениях m и n векторы $\vec{a}(5; m; -1)$; $\vec{b}(-1; 1; n)$ будут коллинеарны?
31. Основанием прямой призмы служит равнобедренный треугольник, основание которого равно 12, а боковая сторона равна 10. Найти объём призмы, если её высота равна высоте треугольника, опущенной на основание.
32. Определить объём правильной четырехугольной пирамиды, если её боковое ребро составляет с плоскостью основания угол 45° , а площадь диагонального сечения равна
33. Длина образующей конуса равна 25, периметр его осевого сечения равен 90. Найти площадь основания и тангенс угла наклона образующей к плоскости основания конуса.
34. В конус, высота которого равна 8 см, а длина образующей равна 10 см, вписан шар. Найти объём этого шара.
35. Вычислить предел $\lim_{x \rightarrow 2} \frac{x^2 - 2x}{x^2 - 4x + 4}$
36. Вычислить предел $\lim_{x \rightarrow \infty} \frac{3x^2 - 1}{2x^2 - 4x - 1}$

37. Найти производную частного $y = \frac{x^2 + 3x}{3 - x}$

38. Исследовать функцию $y = 2x^3 - 3x^2 - 36x + 5$ и построить её график.

39. Найти интеграл $\int \left(\frac{3}{\sqrt[5]{x}} - 7x^5 + \frac{4}{x^2} \right) dx$

40. Найти интеграл $\int \frac{\sin 3x dx}{\sqrt[3]{\cos^5 3x}}$

Найти интеграл $\int_1^3 3e^{2x} dx$

4.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
Академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Требования к выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

- титульный лист, содержание доклада;
- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование кафедры, фамилию обучающийся;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Презентация

Требования к презентациям

1. Объем презентации 20 -50 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - наименование кафедры;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, специальность, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражено обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Требования к выполнению Эссе(реферата)

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Тему реферата обучающийся выбирает самостоятельно, но если на одну тему претендует несколько обучающихся, на помощь приходит преподаватель. Список литературы к темам не дается, и обучающийся самостоятельно ведет библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающийся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и

символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата. Это правило касается и дипломных работ.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающийся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала,

характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающийся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающийся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающийся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели;

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение учащихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок (<i>отлично</i>)
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий (<i>хорошо</i>)
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий (<i>удовлетворительно</i>)
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи (<i>неудовлетворительно</i>)
0 баллов	не аттестован

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа РГСУ
А.В. Косоплечев
«24» мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОУД.02 ИНФОРМАТИКА

реализуемой в пределах
программы подготовки специалистов среднего звена

на базе основного общего образования

по специальности
42.02.01 Реклама

Социально-экономический профиль

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Форма обучения

Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины **ПОУД.02 «Информатика»** разработана на основании:

– федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510;

– федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.05.2012 № 413;

– рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой специальности или профессии среднего профессионального образования (письмо Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО Минобрнауки России от 17.03.2015 № 06-259);

– примерной основной образовательной программы среднего общего образования, одобренной решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию (протокол от 28 июня 2016 г. № 2/16-з);

– учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования – программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

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

Руководитель основной профессиональной образовательной программы преподаватель Колледжа РГСУ

А.А.Вискунова

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК.

Протокол № 10 от 10 мая 2022 г.

Председатель ПЦК естественно-математических дисциплин, физической культуры и БЖ

А.В.Ерпелев

(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1. Область применения рабочей программы.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:	4
1.3. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	7
2.2. Тематический план учебной дисциплины.....	8
2.3. Содержание учебной дисциплины	9
2.4. Планы групповых занятий и образовательные технологии	12
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	14
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15
4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения зачета/экзамена	15
4.2. Критерии оценки ответов.....	17
5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	22

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью общеобразовательного цикла основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности среднего профессионального образования: в соответствии с ФГОС среднего общего образования и ФГОС по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «Информатика» (ПОУД.02) относится к циклу дисциплин общеобразовательной подготовки основной профессиональной образовательной программы СПО - ППССЗ по специальности 44.02.01 «Реклама», квалификация выпускника – «Специалист по рекламе».

Учебная дисциплина относится к предметной области ФГОС среднего общего образования: Математика и информатика.

Является профильной дисциплиной.

Уровень освоения учебной дисциплины в соответствии с ФГОС среднего общего образования – базовый.

Рабочая программа учебной дисциплины «Информатика» имеет межпредметную связь с:

- общеобразовательными учебными дисциплинами: Математика;
- профессиональными дисциплинами: Математика, Проектная компьютерная графика и мультимедиа, Современные технологии рекламы, маркетинга и пиар, Продвижение продуктов и идей в сети интернет.

Изучение учебной дисциплины ПОУД.02 «Информатика» завершается промежуточной аттестацией в форме дифференцированного зачета в рамках освоения ППССЗ на базе основного общего образования.

1.3. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины

Содержание программы «Информатика» направлено на достижение следующих целей: формирование у обучающихся представлений о роли информатики и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в современном обществе, понимание основ правовых аспектов использования компьютерных программ и работы в Интернете;

формирование у обучающихся умений осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;

формирование у обучающихся умений применять, анализировать, преобразовывать информационные модели реальных объектов и процессов, используя при этом ИКТ, в том числе при изучении других дисциплин;

развитие у обучающихся познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей путем освоения и использования методов информатики и средств ИКТ при изучении различных учебных предметов;

приобретение обучающимися опыта использования информационных технологий в индивидуальной и коллективной учебной и познавательной, в том числе проектной, деятельности;

приобретение обучающимися знаний этических аспектов информационной деятельности и информационных коммуникаций в глобальных сетях; осознание ответственности людей, вовлеченных в создание и использование информационных систем, распространение и использование информации;

владение информационной культурой, способностью анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий, средств образовательных и социальных коммуникаций.

В результате освоения учебной дисциплины «Информатика» обучающийся должен:

– знать/понимать: правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ в образовательном процессе; основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информационных объектов различного типа (текстовых, графических, числовых и тому подобных) с помощью современных программных средств; возможности использования ресурсов сети Интернет для совершенствования профессиональной деятельности, профессионального и личностного развития; аппаратное и программное обеспечение, применяемое в профессиональной деятельности.

– уметь: соблюдать правила техники безопасности и гигиенические рекомендации при использовании средств информационно-коммуникационных технологий (далее - ИКТ) в профессиональной деятельности; создавать, редактировать, оформлять, сохранять, передавать информационные объекты различного типа с помощью современных информационных технологий для обеспечения образовательного процесса; осуществлять отбор обучающих программ в соответствии с возрастом и уровнем психического развития обучающихся/воспитанников; использовать сервисы и информационные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть Интернет) в профессиональной деятельности;

Освоение содержания общеобразовательной учебной дисциплины «Информатика» обеспечивает достижение обучающимися следующих результатов:

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
1.	личностные	<ul style="list-style-type: none"> – чувство гордости и уважения к истории развития и достижениям отечественной информатики в мировой индустрии информационных технологий; – осознание своего места в информационном обществе; – готовность и способность к самостоятельной и ответственной творческой деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий; – умение использовать достижения современной информатики для повышения собственного интеллектуального развития в выбранной профессиональной деятельности, самостоятельно формировать новые для себя знания в профессиональной области, используя для этого доступные источники информации; – умение выстраивать конструктивные взаимоотношения в командной работе по решению общих задач, в том числе с использованием современных средств сетевых коммуникаций; – умение управлять своей познавательной деятельностью, проводить самооценку уровня

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
		<p>собственного интеллектуального развития, в том числе с использованием современных электронных образовательных ресурсов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – умение выбирать грамотное поведение при использовании разнообразных средств информационно-коммуникационных технологий как в профессиональной деятельности, так и в быту; – готовность к продолжению образования и повышению квалификации в избранной профессиональной деятельности на основе развития личных информационно-коммуникационных компетенций;
2.	метапредметные	<ul style="list-style-type: none"> – умение определять цели, составлять планы деятельности и определять средства, необходимые для их реализации; – использование различных видов познавательной деятельности для решения информационных задач, применение основных методов познания (наблюдения, описания, измерения, эксперимента) для организации учебно-исследовательской и проектной деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий; – использование различных информационных объектов, с которыми возникает необходимость сталкиваться в профессиональной сфере в изучении явлений и процессов; – использование различных источников информации, в том числе электронных библиотек, умение критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников, в том числе из сети Интернет; – умение анализировать и представлять информацию, данную в электронных форматах на компьютере в различных видах; – умение использовать средства информационно-коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности; – умение публично представлять результаты собственного исследования, вести дискуссии, доступно и гармонично сочетая содержание и формы представляемой информации средствами информационных и коммуникационных технологий;
3.	предметные	<ul style="list-style-type: none"> – сформированность представлений о роли информации и информационных процессов в окружающем мире; – владение навыками алгоритмического мышления и понимание методов формального описания алгоритмов, владение знанием основных алгоритмических

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
		<p>конструкций, умение анализировать алгоритмы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использование готовых прикладных компьютерных программ по профилю подготовки; – владение способами представления, хранения и обработки данных на компьютере; – владение компьютерными средствами представления и анализа данных в электронных таблицах; – сформированность представлений о базах данных и простейших средствах управления ими; – сформированность представлений о компьютерно-математических моделях и необходимости анализа соответствия модели и моделируемого объекта (процесса); – владение типовыми приемами написания программы на алгоритмическом языке для решения стандартной задачи с использованием основных конструкций языка программирования; – сформированность базовых навыков и умений по соблюдению требований техники безопасности, гигиены и ресурсосбережения при работе со средствами информатизации; – понимание основ правовых аспектов использования компьютерных программ и прав доступа к глобальным информационным сервисам; – применение на практике средств защиты информации от вредоносных программ, соблюдение правил личной безопасности и этики в работе с информацией и средствами коммуникаций в Интернете.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, в том числе
 Аудиторные занятия 110 часов, самостоятельная работа 34 часа.

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	144
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	110
в том числе:	
лекционные занятия	44
лабораторные занятия	66
практические занятия	0
контрольные работы	0
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	34

	работе со средствами информатизации.																		
2.5	Основы правовых аспектов использования компьютерных программ и работы в Интернете. Антивирусная защита компьютера	7	1	6	2		4												
3	Моделирование и алгоритмизация																		
3.1	Моделирование. Основные типы информационных моделей. Этапы решения задач на компьютере.	10	2	8	4		6												
3.2	Формализация. Материальные и информационные модели. Информационное моделирование.	8	2	6	4		4												
3.3	Понятие и свойства алгоритма. Способы записи алгоритма. Основные типы алгоритмов.	8	2	6	4		4												
4 Основы социальной информатики																			
4.1	Основные этапы становления информационного общества. Этические и правовые нормы информационной деятельности человека.	8	4	6	2		4												
ИТОГО		144	34	110	44		66												

2.3. Содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Уровень освоения
ТЕМА 1 Информация и информационные процессы		
Информатика как наука и как вид практической деятельности.	Информатика как единство науки и технологии. Структура современной информатики. Социальные аспекты информатизации. Правовые аспекты информатизации. Этические аспекты информатизации.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Информация и информационные процессы	Понятие информации, её виды и свойства. Человек как информационный процесс.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный

	Информационные процессы: получение, передача, преобразование, использование информации.	
Представление информации	Представление и количество информации: язык как способ представления информации; кодирование.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Системы счисления	Двоичная форма представления информации. Количество и единицы измерения информации.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Арифметические операции в разных системах счисления	Арифметические операции сложения и умножения в различных системах счисления	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Основы алгебры логики. Построение логических схем	Принципы обработки информации компьютером. Арифметические и логические основы работы компьютера. Определение истинности, построение таблиц истинности, преобразование логических выражений.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Аппаратно-программные средства		
Понятие архитектуры ЭВМ. Основные устройства компьютера	Архитектура компьютеров. Основные характеристики компьютеров. Многообразие компьютеров. Многообразие внешних устройств, подключаемых к компьютеру. Виды программного обеспечения компьютеров.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Организация файловой системы. Понятие ОС. ОС Windows.	Операционные системы. Прикладное программное обеспечение. Системы обработки текстов. Системы компьютерной графики. Базы данных и системы управления базами данных. Электронные таблицы. Языки и методы программирования	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Компьютерные сети. Топология сети. Интернет	Виды компьютерных сетей: понятие, принцип действия, оборудование Передача информации между компьютерами. Проводная и беспроводная связь Представления о технических и программных средствах телекоммуникационных технологий. Интернет-технологии, способы и скоростные характеристики подключения, провайдер.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный

Требования техники безопасности, гигиены и ресурсосбережения при работе со средствами информатизации.	Владение базовыми навыками и умениями по соблюдению требований техники безопасности, гигиены и ресурсосбережения при работе со средствами информатизации. Понимание основ правовых аспектов использования компьютерных программ и работы в Интернете. Реализация антивирусной защиты компьютера	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Основы правовых аспектов использования компьютерных программ и работы в Интернете. Антивирусная защита компьютера	Правовые нормы, относящиеся к информации, правонарушения в информационной сфере, меры их предупреждения. Лицензионные и свободно распространяемые программные продукты. Организация обновления программного обеспечения с использованием сети Интернет.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Моделирование и алгоритмизация		
Моделирование. Основные типы информационных моделей. Этапы решения задач на компьютере.	Моделирование как метод познания.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Формализация. Материальные и информационные модели. Информационное моделирование.	Формализация. Материальные и информационные модели. Информационное моделирование. Основные типы информационных моделей (табличные, иерархические, сетевые). Исследование на компьютере информационных моделей из различных предметных областей.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
Понятие и свойства алгоритма. Способы записи алгоритма. Основные типы алгоритмов.	Понятие алгоритма: свойства алгоритмов, исполнители алгоритмов, система команд исполнителя. Способы записей алгоритмов. Формальное исполнение алгоритмов. Основные алгоритмические конструкции. Вспомогательные алгоритмы.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный
4 Основы социальной информатики		
Основные этапы становления информационного общества. Этические и правовые нормы информационной деятельности человека	Основные этапы становления информационного общества. Этические и правовые нормы информационной деятельности человека.	1. – ознакомительный 2. – репродуктивный

2.4. Планы групповых занятий и образовательные технологии

ТЕМА 1. ИНФОРМАЦИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Вопросы для самоподготовки:

1. Информатика как наука: история развития
2. Как появились информационные технологии
3. Как происходит информатизация общества
4. Носители информации. Виды информации.
5. Единицы измерения информации.
6. Понятие информатики и информационных технологий.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся осуществляется путем фронтального опроса и практической работы, рефератов.

Практическая работа.

Темы рефератов:

Чарльз Бэббидж – изобретатель первого в истории настоящего компьютера

Постинформационное общество

Самоуправляемые автомобили: перспективы развития

ТЕМА 2 АППАРАТНО-ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация программного обеспечения.
2. Назначение и состав системного программного обеспечения.
3. Назначение, классификация и состав операционных систем.
4. Особенности функционирования ОС MS Windows.
5. Особенности технологии работы в среде ОС MS Windows.
6. Основные единицы хранения данных во внешней памяти ЭВМ.
7. Понятие файла и папки.
8. Виды и свойства файлов.
9. Назначение файловой системы.
10. Структура файловой системы.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся осуществляется путем фронтального опроса и практической работы, рефератов.

Практическая работа. Программные средства реализации информационных процессов. Работа в среде ОС MS WINDOWS. Технологии создания и преобразования текстовых данных

Темы рефератов:

1. Методы защиты информации от несанкционированного доступа.
2. Конфиденциальность информации.
3. Виды программного обеспечения для защиты информации.
4. Компьютерные вирусы.
5. Обзор антивирусных программ.
6. История Windows

ТЕМА 3 МОДЕЛИРОВАНИЕ И АЛГОРИТМИЗАЦИЯ

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие модели.
2. Понятие информационной модели.
3. Адекватность модели.
4. Информационное моделирование.
5. Основные алгоритмические конструкции
6. Понятие алгоритма. Свойства алгоритма. Исполнители алгоритмов (назначение, среда, режим работы, система команд). Компьютер как формальный исполнитель алгоритмов (программ)

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся осуществляется путем фронтального опроса и практической работы

Практическая работа. Построение информационной модели подбора оптимального количества обоев для ремонта комнаты.

ТЕМА 4 ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАТИКИ

Вопросы для самоподготовки:

Основные этапы в информационном развитии общества.

Основные черты информационного общества.

Информатизация.

Этические и правовые аспекты информационной деятельности. Правовая охрана программ и данных.

Защита информации.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся осуществляется путем фронтального опроса и практической работы

Практическая работа. Построение информационной модели подбора оптимального количества обоев для ремонта комнаты.

Темы рефератов:

1. Социальная информатика как научная дисциплина. Этапы становления
2. Периодизация информационных революций
3. Классификация социально-коммуникационных служб и институтов
4. Понятие общественной коммуникационной системы
5. Общинная коммуникационная система
6. Теории социальных сетей.
7. История социальных сетей.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Кабинет математических дисциплин, математики и информатики»; лабораторий «Лаборатория информационных технологий».

Оборудование учебного кабинета: 40 стульев; 14 парт; преподавательский стол; преподавательский стул, доска для написания маркером; учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Технические средства обучения: 20 компьютеров(HP)-ученических, проектор Epson EB-W28, компьютер HP PRO 3500 SERIES MT, монитор HP W2072a, принтер Samsung.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: стол для преподавателя, парты, стулья, доска с маркером и компьютеры с выходом в Интернет.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

3.2.1 Основная литература

1. Советов, Б. Я. Информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 327 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06399-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489604>

2. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03051-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489603>

3.2.2 Дополнительная литература

1. Зимин, В. П. Информатика. Лабораторный практикум в 2 ч. Часть 1 : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Зимин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 126 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11851-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492749>

2. Зимин, В. П. Информатика. Лабораторный практикум в 2 ч. Часть 2 : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Зимин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 153 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11854-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492769>

3.2.3 Интернет-ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
4. База данных "EastView" <https://dlib.eastview.com>
5. Электронная библиотека "Grebennikon" <https://grebennikon.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

№ п/п	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3
1.	– знать/понимать: правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ в образовательном процессе; основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информационных объектов различного типа (текстовых, графических, числовых и тому подобных) с помощью современных программных средств; возможности использования ресурсов сети Интернет для совершенствования профессиональной деятельности, профессионального и личностного развития; аппаратное и программное обеспечение, применяемое в профессиональной деятельности.	Устный опрос Сообщение Конспект по заданной тематике Доклад Презентация Творческий проект Тестовые задания Контрольные работы
2.	– уметь: соблюдать правила техники безопасности и гигиенические рекомендации при использовании средств информационно-коммуникационных технологий (далее - ИКТ) в профессиональной деятельности; создавать, редактировать, оформлять, сохранять, передавать информационные объекты различного типа с помощью современных информационных технологий для обеспечения образовательного процесса; осуществлять отбор обучающих программ в соответствии с возрастом и уровнем психического развития обучающихся/воспитанников; использовать сервисы и информационные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть Интернет) в профессиональной деятельности;	Устный опрос Сообщение Конспект по заданной тематике Доклад Презентация Творческий проект Тестовые задания Контрольные работы

4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения зачета/экзамена

1. Понятия информации, сообщения, языка. Связь информации и сообщения.
2. Передача сообщений: виды носителей; сигналы, знаки, алфавит.
3. Системы счисления (СС): типы, понятия цифр, чисел, основания, разряда, его веса.

4. Правила перевода целых чисел из 10-чной СС в СС с иным основанием.
5. Правила перевода дробных чисел из 10-чной СС в СС с иным основанием.
6. Правила перевода чисел из СС с произвольным основанием в десятичную СС.
7. Правила перевода чисел из 8-ричной СС в 16-ричную СС и обратно.
8. Двоичная арифметика. Таблицы сложения и умножения двоичных цифр.
9. Представление двоичных чисел с фиксированной запятой.
10. Представление двоичных чисел с плавающей запятой.
11. Нормализация двоичных чисел.
12. Сложение и вычитание двоичных чисел с фиксированной запятой.
13. Умножение двоичных чисел с фиксированной запятой.
14. Представление двоичных чисел со знаком.
15. Алгебраическое сложение двоичных чисел в обратном коде.
16. Алгебраическое сложение двоичных чисел в дополнительном коде.
17. Сложение и вычитание чисел с плавающей запятой.
18. Двоично-десятичные коды: 8-4-2-1, 7-4-2-1, 2-4-2-1, «2 из 5».
19. Двоично-десятичные коды: «3а+2», «с избытком 3», Грея.
20. Суммирование двоичных чисел в коде 8-4-2-1.
21. Архитектура ЭВМ. Принципы фон Неймана.
22. Поколения ЭВМ.
23. Назначение, состав и функции центрального процессора.
24. Назначение, виды и особенности ОЗУ.
25. Назначение, виды и особенности ПЗУ.
26. Назначение, виды и особенности УВВ.
27. Типы и особенности микропроцессоров фирмы Intel.
28. Состав системного блока ЭВМ IBM PC.
29. Состав «материнской» платы ЭВМ IBM PC.
30. Характеристики компьютера, определяемые процессором.
31. Типы накопителей на ГМД, особенности, характеристики.
32. Накопители на жестких магнитных дисках.
33. Накопители на CD, DVD.
34. Мониторы на ЭЛТ.
35. Мониторы на ЖКИ.
36. Клавиатура: типы, назначение клавиш.
37. Принтеры: типы, особенности.
38. Манипуляторы.
39. Плоттеры, сканеры, модемы.
40. Мобильные компьютеры.
41. Разновидности программ. Общая классификация системных программ.
42. Операционные системы: назначение, функции.
43. Программы-оболочки, операционные оболочки.
44. Программы – архиваторы.
45. Вирусы: типы, действия.
46. Антивирусы. Организационные методы борьбы с вирусами.
47. Информатизация общества, формирование информационного общества.
48. Тенденции развития современного информационного общества.
49. Ресурсная и социокультурная концепции информационной среды как пространства социальных коммуникаций.
50. Типы обменов в обществе. Материально-энергетический и информационный обмены.
51. Понятие модели.
52. Понятие информационной модели.
53. Адекватность модели.

54. Информационное моделирование.
 55. Основные алгоритмические конструкции
 56. Понятие алгоритма. Свойства алгоритма. Исполнители алгоритмов (назначение, среда, режим работы, система команд). Компьютер как формальный исполнитель алгоритмов (программ)

4.2. Критерии оценки ответов

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
Академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Требования к выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

- титульный лист, содержание доклада;
- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование кафедры, фамилию обучающийся;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Презентация

Требования к презентациям

1. Объем презентации 20 -50 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - наименование кафедры;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, специальность, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражено обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Требования к выполнению Эссе(реферата)

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием

библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Тему реферата обучающийся выбирает самостоятельно, но если на одну тему претендует несколько обучающихся, на помощь приходит преподаватель. Список литературы к темам не дается, и обучающийся самостоятельно ведет библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающийся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится сверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и

символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата. Это правило касается и дипломных работ.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающийся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающийся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающийся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающийся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели;

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение учащегося и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок (<i>отлично</i>)
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий (<i>хорошо</i>)
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий (<i>удовлетворительно</i>)
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи (<i>неудовлетворительно</i>)
0 баллов	не аттестован

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа
А.В. Косоплечев
«24» мая 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПОУД.03 ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ (включая экономику и право)
реализуемой в пределах
программы подготовки специалистов среднего звена

на базе основного общего образования

по специальности

44.02.01 Реклама

Социально-экономический профиль

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования

Среднее профессиональное образование

программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Форма обучения

Очная

Москва 2022 г.

Рабочая программа дисциплины разработана на основании:

– федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510;

– федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.05.2012 № 413;

– рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой специальности или профессии среднего профессионального образования (письмо Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО Минобрнауки России от 17.03.2015 № 06-259);

– примерной основной образовательной программы среднего общего образования, одобренной решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию (протокол от 28 июня 2016 г. № 2/16-з);

– учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования – программе подготовки специалистов среднего звена по специальности **42.02.01 Реклама**.

Рабочая программа дисциплины общеобразовательной подготовки разработана рабочей группой в составе: к.э.н. Белохвостова Н.В.

Руководитель основной
профессиональной
образовательной программы,
преподаватель колледжа РГСУ

А.А.Вискунова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании ПЦК.
Протокол № 10 от 10 мая 2022 г.

Председатель ПЦК
гуманитарных и общественных
дисциплин

З.К. Алиева

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной
некоммерческой организации культурный
центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ общеобразовательной подготовки	3
1.1. Область применения рабочей программы	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:	4
1.3. Планируемые результаты освоения дисциплины	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ	9
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	9
2.2. Тематический план дисциплины	9
2.3. Содержание дисциплины	13
2.4. Планы групповых занятий и образовательные технологии.....	21
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ	55
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	55
3.2. Информационное обеспечение обучения	55
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ	57
4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения дифференцированного зачета/экзамена.....	58
4.2. Критерии оценки.....	61
5. Лист регистрации изменений.....	63

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины является частью общеобразовательного цикла основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности среднего профессионального образования: в соответствии с ФГОС среднего общего образования и ФГОС по специальности среднего профессионального образования **42.02.01 Реклама**.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина ПОУД.03 «Обществознание (включая экономику и право)» относится к циклу дисциплин общеобразовательной подготовки основной профессиональной образовательной программы СПО - ППССЗ по специальности по специальности **42.02.01 Реклама**, квалификация выпускника – специалист по рекламе.

Учебная дисциплина относится к предметной области ФГОС среднего общего образования: **Общественные науки**.

Является базовой дисциплиной.

Уровень освоения дисциплины в соответствии с ФГОС среднего общего образования – базовый.

Рабочая программа дисциплины ПОУД.03 «Обществознание (включая экономику и право)» имеет межпредметную связь с:

- общеобразовательными учебными дисциплинами: История.
- профессиональными дисциплинами: Экономика, Теория государства и права, Конституционное право, Административное право, Семейное право, Уголовное право, Гражданское право, Финансовое право.

Изучение дисциплины ПОУД.03 Обществознание (включая экономику и право) завершается промежуточной аттестацией в форме дифференцированного зачета в рамках освоения ППССЗ на базе основного общего образования.

1.3. Планируемые результаты освоения дисциплины

Содержание программы ПОУД.03 «Обществознание (включая экономику и право)» направлено на достижение следующих целей:

- формирование у обучающийся основ научно-аналитического мышления;
 - формирование навыков самостоятельной постановки и решения исследовательских задач;
 - формирование способности к обобщению результатов передовых исследований и собственной работы.
- воспитание гражданственности, социальной ответственности, правового самосознания, патриотизма, приверженности конституционным принципам Российской Федерации; развитие личности на стадии начальной социализации, становление правомерного социального поведения, повышение уровня политической, правовой и духовно-нравственной культуры подростка; углубление интереса к изучению социально-экономических и политико-правовых дисциплин; умение получать информацию из различных источников, анализировать, систематизировать ее, делать выводы и прогнозы; содействие формированию целостной картины мира, усвоению знаний об основных сферах человеческой деятельности, социальных институтах, нормах регулирования общественных отношений, необходимых для взаимодействия с другими людьми в рамках отдельных социальных групп и общества в целом; формирование мотивации к общественно полезной деятельности, повышение стремления к самовоспитанию,

самореализации, самоконтролю; применение полученных знаний и умений в практической деятельности в различных сферах общественной жизни.

В результате освоения дисциплины ПОУД.03 «Обществознание (включая экономику и право)» обучающийся должен:

– знать/понимать:

об обществе как целостной развивающейся системе в единстве и взаимодействии его основных сфер и институтов;

базовый понятийный аппарат социальных наук;

об основных тенденциях и возможных перспективах развития мирового сообщества в глобальном мире;

о методах познания социальных явлений и процессов;

об экономической сфере в жизни общества как пространстве, в котором осуществляется экономическая деятельность индивидов, семей, отдельных предприятий и государства;

сущность экономических институтов, их роли в социально-экономическом развитии общества;

значение этических норм и нравственных ценностей в экономической деятельности отдельных людей и общества, сформированность уважительного отношения к чужой собственности;

место и роль России в современной мировой экономике; умение ориентироваться в текущих экономических событиях, происходящих в России и мире.

особенности современного рынка труда.

- уметь:

выявлять причинно-следственные, функциональные, иерархические и другие связи социальных объектов и процессов;

применять полученные знания в повседневной жизни, прогнозировать последствия принимаемых решений;

оценивать социальную информацию, искать информацию в источниках различного типа для реконструкции недостающих звеньев с целью объяснения и оценки разнообразных явлений и процессов общественного развития.

принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;

осуществлять поиск актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет; умение различать факты, аргументы и оценочные суждения; анализировать, преобразовывать и использовать экономическую информацию для решения практических задач в учебной деятельности и реальной жизни;

разрабатывать и реализовывать проекты экономической и междисциплинарной направленности на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров;

применять полученные знания и сформированные навыки для эффективного исполнения основных социально-экономических ролей (потребителя, производителя, покупателя, продавца, заемщика, акционера, наемного работника, работодателя, налогоплательщика);

к личностному самоопределению и самореализации в экономической деятельности, в том числе в области предпринимательства.

Освоение содержания общеобразовательной дисциплины ПОУД.03 «Обществознание (включая экономику и право)» обеспечивает достижение обучающимися следующих результатов:

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
1.	личностные	- развитие личностных, в том числе духовных и физических, качеств, обеспечивающих защищенность обучаемого для определения жизненно важных интересов личности в условиях кризисного развития экономики, сокращения природных ресурсов;

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
		<p>– формирование системы знаний об экономической жизни общества, определение своих места и роли в экономическом пространстве;</p> <p>– воспитание ответственного отношения к сохранению окружающей природной среды, личному здоровью как к индивидуальной и общественной ценности;</p> <p>сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития общественной науки и практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире; российская гражданская идентичность, патриотизм, уважение к своему народу, чувство ответственности перед Родиной, уважение государственных символов (герба, флага, гимна); гражданская позиция в качестве активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие, гуманистические и демократические ценности; толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, учитывая позиции всех участников, находить общие цели и сотрудничать для их достижения; эффективно разрешать конфликты; готовность и способность к саморазвитию и самовоспитанию в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества, к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности; осознанное отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем; ответственное отношение к созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни;</p>
2.	метапредметные	<p>-умение самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использовать все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; выбирать успешные стратегии в различных ситуациях; владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной – деятельности в сфере общественных наук, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания; готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных</p>

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
		<p>источниках социально-правовой и экономической информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников; умение использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности; умение определять назначение и функции различных социальных, экономических и правовых институтов; умение самостоятельно оценивать и принимать решения, определяющие – стратегию поведения, с учетом гражданских и нравственных ценностей; владение языковыми средствами: умение ясно, логично и точно излагать – свою точку зрения, использовать адекватные языковые средства, понятийный аппарат обществознания;</p> <ul style="list-style-type: none"> – овладение умениями формулировать представления об экономической науке как системе теоретических и прикладных наук, изучение особенности применения экономического анализа для других социальных наук, понимание сущности основных направлений современной экономической мысли; – овладение обучающимися навыками самостоятельно определять свою жизненную позицию по реализации поставленных целей, используя правовые знания, подбирать соответствующие правовые документы и на их основе проводить экономический анализ в конкретной жизненной ситуации с целью разрешения имеющихся проблем; – формирование умения воспринимать и перерабатывать информацию, полученную в процессе изучения общественных наук, вырабатывать в себе качества гражданина Российской Федерации, воспитанного на ценностях, закрепленных в Конституции Российской Федерации; – генерирование знаний о многообразии взглядов различных ученых по вопросам как экономического развития Российской Федерации, так и мирового сообщества; <p>умение применять исторический, социологический, юридический подходы для всестороннего анализа общественных явлений;</p>
3.	предметные	<p>-сформированность знаний об обществе как целостной развивающейся системе в единстве и взаимодействии его основных сфер и институтов; владение базовым понятийным аппаратом социальных наук; владение умениями выявлять причинно-следственные, функциональные, иерархические и другие связи социальных объектов и процессов; сформированность представлений об основных тенденциях и возможных перспективах развития мирового сообщества в глобальном мире; сформированность представлений о методах познания социальных явлений и</p>

№ п/п	Результаты	Содержание
1	2	3
		<p>процессов; владение умениями применять полученные знания в повседневной жизни, прогнозировать последствия принимаемых решений; сформированность навыков оценивания социальной информации, умений поиска информации в источниках различного типа для реконструкции недостающих звеньев с целью объяснения и оценки разнообразных явлений и процессов общественного развития.</p> <p>-сформированность системы знаний об экономической сфере в жизни общества как пространстве, в котором осуществляется экономическая деятельность индивидов, семей, отдельных предприятий и государства;</p> <p>– понимание сущности экономических институтов, их роли в социально- экономическом развитии общества; понимание значения этических норм и нравственных ценностей в экономической деятельности отдельных людей и общества, сформированность уважительного отношения к чужой собственности;</p> <p>– сформированность экономического мышления: умения принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;</p> <p>– владение навыками поиска актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет; умение различать факты, аргументы и оценочные суждения; анализировать, преобразовывать и использовать экономическую информацию для решения практических задач в учебной деятельности и реальной жизни;</p> <p>– сформированность навыков проектной деятельности: умение разрабатывать и реализовывать проекты экономической и междисциплинарной направленности на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров; – умение применять полученные знания и сформированные навыки для эффективного исполнения основных социально-экономических ролей (потребителя, производителя, покупателя, продавца, заемщика, акционера, наемного работника, работодателя, налогоплательщика);</p> <p>– способность к личностному самоопределению и самореализации в экономической деятельности, в том числе в области предпринимательства; знание особенностей современного рынка труда, владение этикой трудовых отношений;</p> <p>– понимание места и роли России в современной мировой экономике; умение ориентироваться в текущих экономических событиях, происходящих в России и мире.</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 252 часа, в том числе:

- аудиторные занятия 156 часов;
- самостоятельная работа 96 часов.

Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Объем часов
1	2	3
1.	Максимальная учебная нагрузка (всего)	252
2.	Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	156
3.	в том числе:	
4.	лекционные занятия	78
5.	лабораторные работы	
6.	практические занятия	78
7.	контрольные работы	
8.	Самостоятельная работа обучающегося (всего)	96
9.	в том числе:	
10.	самостоятельная работа над проектом	18
11.	внеаудиторная самостоятельная работа	78
12.	Промежуточная аттестация в форме экзамен	

2.2. Тематический план дисциплины

№ п/п	Раздел, тема	Виды учебной работы, трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации					
		Всего	Самостоятельная работа	Аудиторные занятия				Курсовая работа/ проект	Расчетно-графическая	Контрольные точки по	Зачёт	Экзамен	
				Всего	Лекционные	Групповые (семинары, практические)	Лабораторные						
Раздел I. Человек, общество и государство.													
1	Тема 1 Основы философии. 1.1. Философия, её предмет и роль в обществе	3	1	2	1	1							
2	1.2. История философии	3	1	2	1	1							

3	1.3.Основные проблемы философии	6	2	4	2	2													
4	Тема 2. Основы теории цивилизаций. Современное общество. Современный этап мирового цивилизационного развития.																		
5	2.1. Формационный и цивилизационный подходы к истории	3	1	2	1	1													
6	2.2.Общество как сложная система	3	1	2	1	1													
7	2.3. Древние цивилизации. Цивилизации эпохи Средневековья.	4	2	2	-	2													
8	2.4. Современные цивилизации. Глобальные проблемы современности.	6	2	4	2	2													
9	Тема 3. Человек.																		
10	3.1. Человек. Индивид. Личность.	4	2	2	2	-													
11	3.2.Понятие и теории личности.	6	2	4	2	2													
	Тема 4. Познание.																		
12	4.1. Виды и уровни человеческих знаний. Мировоззрение. Формы и методы современного научного познания.	4	1	3	1	2													
13	4.2. Чувственное и рациональное познание. Интуиция. Истина и заблуждение. Истина и ее критерии. Истина абсолютная и относительная.	4	1	3	1	2													
14	Тема 5. Государство.																		
15	5.1 Теории государства	5	2	3	2	1													
16	5.2. Разновидности государств	5	2	3	2	1													
17	Тема 6. Право.																		
18	6.1. Отрасли права. Правовое регулирование	9	2	2	2	-													

	общественных отношений													
19	6.2. Основы конституционного права Российской Федерации	6	2	4	2	2								
20	6.3. Отрасли российского права	6	2	4	2	2								
21	6.4. Источники права. Система права. Правомерное поведение.	4	2	2	-	2								
22	6.5. Виды правонарушений. Виды коррупционных правонарушений: дисциплинарные, административные, гражданско-правовые и уголовные.	3	2	1	1	-								
23	6.6. Юридическая ответственность. Проблемы привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения.	3	2	1	1	-								
24	Тема 7. Политика и политическая жизнь общества. 7.1. Политика и общественное сознание	6	2	4	2	2								
	Тема 8. Социальные отношения.													
25	8.1. Социальная роль и стратификация	3	1	2	2	-								
26	8.2. Социальные нормы и конфликты	4	1	3	1	2								
27	8.3. Важнейшие социальные общности и группы	4	1	3	1	2								
28	Тема 9. Духовные ценности современного общества.													
29	9.1. Духовная культура личности и общества	4	1	3	1	2								
30	9.2. Наука и образование в современном мире	3	1	2	1	1								

31	9.3. Мораль, искусство и религия как элементы духовной культуры	3	1	2	-	2												
	Итого часов	108	40	68	34	34												+
32	Раздел II. Экономика и экономическая наука как основа общества и государства.																	
33	Раздел I. Экономика и экономическая наука																	
34	Тема 1. Предмет экономической науки	6	2	4	2	2												
35	Тема 2. Ограниченность ресурсов и альтернативная стоимость	6	2	4	2	2												
36	Раздел 2. Теория рынка и ее основные понятия	6	2	4	2	2												
37	Тема 3. Основные понятия рынка: товар, деньги, стоимость	12	4	8	4	4												
38	Тема 4. Спрос и предложение на рынке	10	2	8	4	4												
39	Раздел 3. Механизмы рыночной экономики																	
40	Тема 5. Рыночное равновесие	10	2	8	4	4												
41	Тема 6. Эластичность спроса и предложения	10	2	8	4	4												
42	Тема 7. Домохозяйство на рынке, его потребление и бюджет	6	2	4	2	2												
43	Тема 8. Производственные затраты (издержки)	6	2	4	2	2												
44	Раздел 4. Роль государства в экономике																	
45	Тема 9. Монополизация и антимонопольная политика	6	2	4	2	2												
46	Тема 10. Структура национальной экономики и ее показатели	6	2	4	2	2												

47	Раздел 5. Рынки ресурсов в экономике													
48	Тема 11. Рынок труда и заработная плата	6	2	4	2	2								
49	Тема 12. Рынок денег и законы денежного оборота	6	2	4	2	2								
50	Раздел 6. Финансовая сфера экономики	6	2	4	2	2								
51	Тема 13. Денежная масса и ее структура	6	2	4	2	2								
52	Тема 14. Банковская система и ее значение	6	2	4	2	2								
53	Тема 15. Государственный бюджет и налогообложение	6	2	4	2	2								
54	Тема 16. Инфляция, безработица и макроэкономическая стабильность	6	2	4	2	2								
Общий объем	Итого часов	126	38 +18 ИП	88	44	44							+	+
	Всего часов	252	96	156	78	78								

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала	Уровень освоения
Тема 1: Основы философии	Понятие общества. Общество в мире. На пути к современной цивилизации. Страницы истории общества и общественной мысли. Смысл и направленность общественного развития. Восток и Запад. Особенности древних цивилизаций. Древние цивилизации Европы. Древние мыслители о мире и человеке. Цивилизация эпохи средневековья. Переход к индустриальной цивилизации. Взгляды на общество и человека в индустриальную эпоху. Российская цивилизация.	1,2
Тема 2. Основы теории цивилизаций. Современное общество. Современный этап мирового цивилизационного развития.	Общество как сложная динамичная система. Общество и природа. Общество и культура. Системное строение общества: элементы и подсистемы. Социальное взаимодействие и общественные отношения. Причинные и функциональные связи в обществе. Взаимосвязь основных сфер общественной жизни. Основные институты общества.	1,2

	<p>Объективные и субъективные факторы развития общества. Деятельность как способ существования общества. Многовариантность общественного развития. Развитие представлений об обществе. Эволюция и революция как формы социального изменения. Революция и реформы. Возможность альтернативности общественного развития.</p> <p>Культура и цивилизация. Типы цивилизации. Современные цивилизации. Перспективы постиндустриальной цивилизации.</p> <p>Проблема общественного прогресса и его критериев. Противоречивость прогресса. Цена прогресса. Проблема смысла и направленности исторического процесса.</p> <p>Человечество как социальная общность. Взаимосвязь и целостность современного мира. Многообразие современного мира. Процессы глобализации. Противоречия современного общественного развития. Угрозы и вызовы XXI века. Стратегия выживания человечества в условиях обострения глобальных проблем. Научно-технический прогресс.</p>	
Тема 3. Человек.	<p>Человек как результат биологической и социокультурной эволюции. Взаимоотношение духовного и телесного, биологического и социального начал в человеке.</p> <p>Деятельность. Сознание. Разум. Мышление. Сознательное и бессознательное. Многообразие человеческой деятельности. Основные виды деятельности: труд, учение, игра, общение. Потребности и интересы. Свобода и необходимость в человеческой деятельности. Творческая природа человека. Предназначение человека. Цель и смысл жизни человека. Объективное и субъективное содержание смысла жизни. Ценность жизни человека.</p> <p>Человек в системе общественных отношений. Общественное и индивидуальное сознание. Социализация. Социальная роль. Духовная жизнь человека. Мировоззрение. Убеждение. Вера. Самосознание и социальное поведение. Ценности и нормы. Мотивы и предпочтения. Знания и навыки. Свобода и ответственность.</p>	1,2
Тема 4. Познание.	<p>Виды и уровни человеческих знаний. Мировоззрение. Философия.</p> <p>Проблема познаваемости мира. Чувственное и рациональное познание. Интуиция. Истина и заблуждение. Истина и ее критерии. Истина абсолютная и относительная.</p> <p>Научное и ненаучное познание. Особенности научного мышления. Познание и творчество.</p>	2

	<p>Знание и вера. Формы и методы современного научного познания.</p> <p>Особенности социального познания. Факты, теории, оценки. Науки, изучающие общество. Проблема социального прогнозирования.</p> <p>Науки, изучающие человека, их система. Развитие взглядов на человека. Целостное постижение человека. Многообразие путей познания и форм человеческого знания. Социальное и гуманитарное знание.</p>	
Тема 5. Государство.	<p>Понятие и признаки государства. Теории происхождения государства. Причины возникновения государства. Функции государства. Механизм государства. Типология государств. Формы государства; форма правления; форма государственного устройства; форма политического режима. Правовое государство. Социальное государство.</p>	2
Тема 6. Право.	<p>Право в системе социальных норм. Правовое регулирование общественных отношений. Правосознание. Источники права. Правовые нормы. Правоотношения. Правонарушения. Юридическая ответственность и ее виды.</p> <p>Система права. Основные отрасли российского права: основные понятия и нормы. Законотворческий процесс в Российской Федерации.</p> <p>Конституция Российской Федерации.</p> <p>Гражданство в Российской Федерации. Избирательная система и избирательный процесс. Военская обязанность, альтернативная гражданская служба. Права и обязанности налогоплательщиков. Право на благоприятную окружающую среду и способы его защиты. Экологические правонарушения.</p> <p>Субъекты гражданского права. Организационно-правовые формы и правовой режим предпринимательской деятельности. Имущественные права. Право на интеллектуальную собственность. Наследование. Неимущественные права: честь, достоинство, имя. Способы защиты имущественных и неимущественных прав.</p> <p>Порядок и условия заключения и расторжения брака. Правовое регулирование отношений супругов.</p> <p>Правила приема в образовательные учреждения профессионального образования. Порядок оказания платных образовательных услуг.</p> <p>Занятость и трудоустройство. Порядок приема на работу, заключения и расторжения трудового договора. Правовые основы социальной защиты и социального обеспечения.</p>	2

	<p>Споры, порядок их рассмотрения. Основные правила и принципы гражданского процесса. Особенности административной юрисдикции. Особенности уголовного процесса. Конституционное судопроизводство. Права человека. Международная защита прав человека в условиях мирного и военного времени. Юридическая ответственность. Проблемы привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения. Юридическая ответственность и санкции. Понятие, функции, цели и принципы юридической ответственности как особой меры государственного принуждения за совершение правонарушения. Виды юридической ответственности. Антикоррупционные нормы в Законодательстве.</p>	
<p>Тема 7. Политика. Политическая жизнь современного общества.</p>	<p>Политика как общественное явление. Понятие власти. Происхождение и виды власти. Политическая система и ее роль в жизни общества. Государство, политические партии, политические партии и движения и другие объединения граждан как элементы политической системы общества. Государство, его функции. Правовое государство и гражданское общество. Государственный аппарат. Политические партии и движения. Типология политических режимов. Демократия, ее основные ценности и признаки. Гражданское общество и государство. Политическая элита, особенности ее формирования</p>	2
	<p>в современной России. Демократия. Политический статус личности. Роль средств массовой информации в политической жизни общества. Политическая идеология. Человек в политической жизни. Политическая психология и политическое поведение. Политическое участие. Политическое лидерство. Политическая культура. Влияние средств массовой информации на поведение избирателя. Политический процесс, его особенности в Российской Федерации. Избирательная кампания в Российской Федерации.</p>	
<p>Тема 8. Социальные отношения.</p>	<p>Социальная структура, социальные отношения и взаимодействия. Социальные группы. Социальная стратификация. Социальный статус. Социальная мобильность. Социальный конфликт. Виды социальных норм. Элементы социального поведения. Отклоняющееся поведение. Социальный контроль. Социальные процессы в современной России. Молодёжь как социальная группа. Особенности молодёжной субкультуры. Проблемы молодежи в условиях социальных перемен. Молодежь как</p>	2

	<p>субъект социального развития Молодежь в современном обществе. Социальный статус личности.</p> <p>Этнические общности. Нации, межнациональные отношения, этносоциальные конфликты, пути их разрешения. Конституционные принципы национальной политики в Российской Федерации.</p> <p>Семья и брак. Семья как социальный институт и малая группа. Тенденции развития семьи в современном обществе. Проблема неполных семей. Современная демографическая ситуация в Российской Федерации.</p>	
<p>Тема 9. Духовные ценности современного общества.</p>	<p>Духовная культура. Духовный мир человека. Путь к духовной личности. Культура и духовная жизнь. Понятие культуры. Многообразие культур. Формы и разновидности культуры: народная, массовая, элитарная культуры. Средства массовой информации.</p> <p>Наука, образование, искусство. Наука как система знаний, специфический вид деятельности и социальный институт. Роль науки в жизни современного общества.</p> <p>Образование. Цели и функции образования. Основные элементы образования. Самообразование. Общественная значимость и личностный смысл образования в условиях информационного общества.</p> <p>Религия в современном мире. Религия как феномен культуры. Мировые религии. Традиционные религии. Религиозный культ. Религиозные организации. Религия и церковь. Религиозные объединения в Российской Федерации. Роль церкви в жизни современного общества.</p> <p>Мораль. Сущность морали. Этика. Категории морали. Нормы морали. Высшие духовные ценности. Проблема общечеловеческих ценностей. Моральный идеал. Мораль и право.</p> <p>Искусство. Сущность, особенности, основные виды искусства. Значение искусства для человека и человечества.</p> <p>Тенденции духовной жизни современной России.</p>	2
Глава II. Экономика и экономическая наука как основа общества и государства.		
Раздел 1. Экономика и экономическая наука		
<p>Тема 1. Предмет экономической науки</p>	<p>возникновение и развитие экономической теории; исторические и современные направления и школы экономической мысли; понятия: экономика (economy), экономическая теория (economics), микроэкономика (microeconomics), макроэкономика (macroeconomics), позитивная экономика (positive economics), нормативная экономика (normative economics); предмет</p>	2, 3

	экономической теории; экономика как наука об эффективном использовании ограниченных экономических ресурсов; методология экономической теории; этапы познания экономических явлений и процесс	
Тема 2. Ограниченность ресурсов и альтернативная стоимость	<p>понятие и виды экономических потребностей; законы, управляющие возникновением и развитием экономических потребностей; экономические и неэкономические блага (goods); понятие и виды экономических ресурсов и факторов производства (factors of production); факторные доходы; ограниченность экономических ресурсов (scarcity); понятие производства (production); индивидуальное и общественное производство; типы развития производства; разделение и кооперирование труда; уровни и ступени разделения труда; альтернативная стоимость (opportunity cost) и ее характеристика; сравнительное преимущество; кривая производственных возможностей (production possibilities curve); типы экономических систем: традиционная экономика, рыночная экономика, командная экономика, смешанная экономики</p> <p>Экономика и ее роль в жизни современного общества. Экономика и экономическая наука. Роль экономики в жизни общества.</p> <p>Типы экономических систем, их отличительные признаки.</p> <p>Рынок как особый социально-экономический институт. Многообразие рынков. Рыночные структуры. Рыночные отношения в современной экономике. Спрос и предложение. Конкуренция и монополия. Политика защиты конкуренции и антимонопольное законодательство.</p> <p>Экономический цикл, его основные фазы. Экономический рост. Измерители экономической деятельности. Понятие ВВП. Экономическая политика государства. Человек в системе экономических отношений.</p> <p>Экономическое содержание собственности. Формы и отношения собственности. Разгосударствление и приватизация.</p> <p>Производство. Факторы производства и факторные доходы. Экономические и бухгалтерские затраты и прибыль. Постоянные и переменные затраты, необратимые затраты. Основные источники финансирования бизнеса. Налоги, уплачиваемые предприятиями. Основные принципы менеджмента. Основы маркетинга. Предпринимательская деятельность.</p> <p>Деньги и банки. Банковская система. Акции, облигации и другие ценные бумаги. Фондовый рынок. Виды, причины и последствия инфляции.</p> <p>Роль государства в экономике. Экономические функции и задачи государства. Общественные</p>	2, 3

	<p>блага. Внешние эффекты. Государственный бюджет. Государственный долг. Денежно-кредитная политика государства. Основные виды налогов. Налоговая политика.</p> <p>Уровень жизни. Прожиточный минимум. Рынок труда. Занятость и безработица. Государственная политика в области занятости.</p> <p>Экономическая культура. Экономическая свобода и социальная ответственность. Культура производства и потребления. Нравственно-правовые основы экономических отношений. Рациональное экономическое поведение потребителя, семьянина, работника и гражданина.</p> <p>Мировая экономика. Государственная политика в области международной торговли. Глобальные экономические проблемы.</p> <p>Особенности современной экономики России. Экономическая политика Российской Федерации.</p>	
Раздел 2. Теория рынка и ее основные понятия		
Тема 3. Основные понятия рынка: товар, деньги, стоимость	Рынок (market) и его основные участники: домохозяйства (households), бизнес (business) и правительство (government). Законы и принципы рынка. «Невидимая рука рынка» (invisible hand of the market). Особенности рынка туристических услуг.	2, 3
Тема 4. Спрос и предложение на рынке	Понятие спроса (demand). Понятие предложения (supply). Кривая спроса (demand curve) и кривая предложения (supply curve). Факторы, влияющие на спрос и предложение. Особенности формирования спроса и предложения на туристические услуги	2, 3
Раздел 3. Механизмы рыночной экономики		
Тема 5. Рыночное равновесие	Взаимодействие спроса и предложения и установление рыночного равновесия; экономическое равновесие (economic equilibrium); равновесный выпуск; «крест Маршалла»; равновесие по Маршаллу и равновесие по Вальрасу; виды и факторы рыночного равновесия; устойчивое и неустойчивое равновесие; равновесная цена (equilibrium price); «паутинообразная» модель равновесия; ситуации, когда равновесие не устанавливается; воздействие изменения факторов спроса и предложения на равновесие; воздействие государства на равновесие. Особенности ценообразования в туризме	2, 3
Тема 6. Эластичность спроса и предложения	ценовая эластичность спроса (price elasticity of demand) и предложения (price elasticity of supply): понятие, виды, факторы и способы измерения, графическое изображение; эластичность спроса по доходу и перекрестная эластичность спроса: понятие, виды, факторы и способы измерения, графическое изображение; ценовая эластичность предложения: понятие, виды, факторы и способы измерения, графическое изображение.	2, 3

	Эластичность спроса и предложения на туристическом рынке	
Тема 7. Домохозяйство на рынке, его потребление и бюджет	суверенитет, свобода выбора и рациональность потребителя; факторы, воздействующие на потребительское поведение; теория предельной полезности и история ее возникновения и развития; соотношение понятий: «полезность» (utility), «предельная полезность» (marginal utility) и «общая полезность» (total utility); определение ценности благ; концепция кривых безразличия (indifference curve); предельная норма замещения; бюджетное ограничение; кривые «доход-потребление» и «цена-потребление». Особенности поведения потребителей туристических услуг	2, 3
Тема 8. Производственные затраты (издержки)	понятие издержек производства; явные и неявные издержки (explicit and implicit costs); издержки производства в краткосрочном периоде и долгосрочном; понятие краткосрочного и долгосрочного периодов; виды издержек в краткосрочном периоде: постоянные, переменные и предельные (fixed, variable and marginal costs); правило соотношения предельных и средних издержек; закон убывающей отдачи; долгосрочная кривая средних издержек, эффекты от роста масштабов производства; понятие и характеристика производственной функции; изокванта; изокоста; предельная норма технологического замещения; выбор производителя, максимизирующий прибыль либо минимизирующий издержки; кривая «путь развития» фирмы; основные стратегии фирмы; доходы фирмы и их виды: валовой, средний и предельный; соотношение доходов и издержек; выбор оптимального объема производства; бухгалтерская, нормальная и экономическая прибыль; издержки в туристическом бизнесе	2, 3
Раздел 4. Роль государства в экономике		
Тема 9. Монополизация и антимонопольная политика	понятие монополии (monopoly); черты, особенности олигополии (oligopoly); определение цены и объема производства на рынке олигополии; модели определения цены и объема производства; графическое изображение выбора олигополиста; эффективность олигополии; монополистическая конкуренция (monopolistic competition): понятие, черты, определение цены и объема производства, эффективность	2, 3
Тема 10. Структура национальной экономики и ее показатели	Понятие валового внутреннего продукта (ВВП). Цели национального производства и состав ВВП. Методы расчета ВВП. Метод потока расходов. Метод потока доходов. Метод добавленной стоимости. Неравенство доходов и его измерение. Номинальный и реальный ВВП. Экономический цикл. Основные факторы экономического роста.	2, 3
Раздел 5. Рынки ресурсов в экономике		

Тема 11. Рынок труда и заработная плата	Проблемы спроса на экономические ресурсы. Фактор труд и его цена. Рынок труда и его субъекты. Цена труда. Понятие заработной платы. Номинальная и реальная заработная плата. Организация оплаты труда. Форма оплаты труда. Поощрительные системы оплаты труда.	2, 3
Тема 12. Рынок денег и законы денежного оборота	Деньги: сущность и функции. Деньги как средство обращения. Деньги как мера стоимости. Деньги как средство накопления. Деньги как средство платежа. Проблема ликвидности. Закон денежного обращения. Уравнение обмена. Денежный запас. Роль денег в экономике.	2, 3
Раздел 6. Финансовая сфера экономики		
Тема 13. Денежная масса и ее структура	Понятие о денежной массе. Денежные агрегаты. Эффект банковского мультипликатора	2, 3
Тема 14. Банковская система и ее значение	Понятие банковской системы. Двухуровневая банковская система РФ. Правовое положение Центрального банка (ЦБ) РФ. Основные функции и задачи ЦБ РФ. Инструменты и методы проведения кредитно-денежной политики. Понятие и функции коммерческих банков. Лицензии на осуществление операций. Виды банковских операций. Специализированные кредитно-финансовые учреждения.	2, 3
Тема 15. Государственный бюджет и налогообложение	Понятие государственного бюджета. Основные статьи доходов государственного бюджета. Структура бюджетных расходов. Дефицит и профицит государственного бюджета. Роль государства в кругообороте доходов и расходов. Государственный долг и его структура.	2, 3
Тема 16. Инфляция, безработица и макроэкономическая стабильность	Инфляция. Измерение уровня инфляции. Типы инфляции. Причины возникновения инфляции. Инфляция спроса. Инфляция предложения. Социально-экономические последствия инфляции. Государственная система антиинфляционных мер.	2, 3

2.4. Планы групповых занятий и образовательные технологии

Тема 1: Основы философии.

Цель: Создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования понятия общество и развития умения анализировать основные этапы и закономерности развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).

1. Вопросы для самоподготовки:

1. Как обычно формулируется основной вопрос философии?
2. Какие определения общества вы знаете? Какое определение кажется вам наиболее общим и почему?
3. Является ли общество частью природы? Обоснуйте свою точку зрения.
4. Какие подходы к понятию культуры вы можете назвать? Как соотносятся общество и культура?

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: практикум

Задание 1. Дать письменные определения понятиям:

гносеология -

ОНТОЛОГИЯ -
МЕТОДОЛОГИЯ –
АКСИОЛОГИЯ –

Задание 2. . Каковы функции философии?

Вопросы по теме «Основы философии»

1. Какая из четырех отраслей знания изучает наиболее общие мировоззренческие вопросы и является одной из форм мировоззрения?

1. — история;
2. — философия;
3. — математика;
4. — социология.

2. Древнегреческого философа Платона считают:

- 1- объективным идеалистом;
- 2.- субъективным идеалистом;
3. - вульгарным материалистом;
- 4 - сторонником философского дуализма.

3. Древнегреческого философа Демокрита считают:

1. — объективным идеалистом;
- 2 - субъективным идеалистом;
3. — сторонником материализма;
4. — сторонником философского дуализма.

4. Одним из основополагающих принципов средневековой философии был принцип:

1. — рационализма;
2. — провиденциализма;
- 3 — гуманизма;
4. — профессиональной пригодности.

5. Одним из крупнейших представителей немецкой классической философии был;

1. — Огюст Конт;
2. — Фридрих Шиллер;
3. — Иммануил Кант;
4. — Шарль Фурье.

Задания на сопоставление двух суждений

6. Верны ли следующие суждения:

А. Категория «материя» появилась в европейской философии около 2,5 тыс. лет назад. Известно, что его ввел и использовал уже Платон.

Б. Категория «материя» была введена в Новое время, когда стали бурно эволюционировать естественнонаучные представления.

1. — верно только А;
2. — верно только Б;
3. — верны и А, и Б;
4. — оба суждения неверны.

7. Верны ли следующие суждения: А. Способом существования материи является движение. Б. На сегодняшний день в философии признается многоуровневость существования материи, ее системность и структурность.

1. — верно только А;
2. — верно только Б;
3. — верны и А, и Б;
4. — оба суждения неверны.

8. Верны ли следующие суждения:

А. Сознание — это форма отражения, возникшая в живой материи и эволюционирующая с ней.

Б. Сознание — это высший тип отражения, то есть воспроизведение признаков, свойств и отношений отражаемого объекта.

1. — верно только А;
2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.
 9. Верны ли суждения:
 А. Философская теория познания с древности называется онтологией.
 Б. В современной философии теорию познания чаще всего называют аксиологией.
 1.- верно только А;
 2.- верно только Б;
 3.- верны и А, и Б;
 4.- оба суждения неверны.
 10. Верны ли суждения:
 А. Философы-материалисты марксистского направления считают надежным критерием истинности знания общественную практику.
 Б. Философы-материалисты марксистского направления обычно прибегают к чувственному критерию истинности знания: знания проверяются опытным путем.
 1. верно только А;
 2. верно только Б;
 3. верны и А, и Б;
 4. оба суждения неверны.

Задания с пропуском слова или словосочетания в схеме или таблице

11

Философский идеализм

Объективный идеализм

?

12

Законы диалектики по Гегелю		
Закон перехода количественных изменений в качественные	Закон единства и борьбы противоположностей	?

Задания с пропуском слова в высказывании, определении, фразе

13. В 336 г. до н. э. Аристотель открыл свою философскую школу, Школа располагалась возле храма Аполлона Ликейского и поэтому получила название __ _

14. Основными направлениями средневековой европейской философии являются патристика и _____.

Задания на установление соответствия позиций

15.

Постулаты средневековой философии	Принципы средневековой философии
1, Первопричиной всего сущего является Бог, сотворивший мир	А. Креационизм
2. Бог управляет миром по своему — Божьему — промыслу	Б. Мистицизм
3. Познать мир возможно прежде всего через Божественное откровение	В. Провиденциализм

16.

Содержание этапа чувственного познания	Форма психического отражения
1, Форма психического отражения отдельных качеств и свойств, связей и отношений предмета	А. Восприятие
2. Отображение предмета как целого	Б. Ощущение

3. Форма психического отражения предмета в его частях и в целом на основе ранее полученных впечатлений	В. Представление
--	------------------

Задания на выбор нескольких правильных ответов из приведенного перечня

17. К числу философских наук относятся:

- А) Механика.
- Б) Спелеология.
- В) Логика.
- Г) Палеонтология.
- Д) Онтология.
- Е) Этика.
- Ж) Телеология.

18. Категорический императив Канта можно сформулировать так:

1. Поступай так, чтобы принцип твоего поведения мог став принципом общего законодательства.
2. Никогда не делай другому того, чего не хочешь, чтоб сделали тебе.
3. Поступай так, чтобы из всего происходящего ты смог бы извлечь для себя пользу.
4. Никогда не думай о своих интересах: заботься только об окружающих.
5. Поступай по отношению к другому так, как бы ты хотел, чтобы поступали по отношению к тебе.

Задания повышенной сложности, творческие

19. Раскройте существо диалектического метода познания, и милуемого философами.

20. Перечислите основные черты (особенности) философии Нового времени. Снабдите свой ответ комментариями.

Тема 2. Основы теории цивилизаций. Современное общество. Современный этап мирового цивилизационного развития.

Цель: понимать базовый понятийный аппарат социальных наук; иметь представление об обществе как целостной развивающейся системе в единстве и взаимодействии его основных сфер и институтов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Общество как сложная динамичная система.
2. Общество и природа.
3. Общество и культура.
4. Системное строение общества: элементы и подсистемы. Социальное взаимодействие и общественные отношения.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: практикум

Задание. Дать письменные определения понятиям:

1. Культура и цивилизация. Типы цивилизации. Современные цивилизации.
2. Человечество как социальная общность.
3. Научно-технический прогресс
- 4.

Задания с выбором одного ответа из четырех

1. Подчеркивая многообразие, сложность и неоднородность общества, ученые характеризуют его как:

1. — систему;
2. — часть природы;
3. — материальный мир;
4. — цивилизацию.

2. В государствах Древнего Востока:

1. — существовал плюрализм политических взглядов;
2. — господствовала единственная в стране идеология;

- 3.— деятельность оппозиционных сил осуществлялась в соответствии с законами;
4. — полномочия главы государства были ограничены представительским органом власти.
3. Индустриальное общество отличает:
1. — приоритетное развитие сферы высоких технологий и услуг;
 2. — разделение общества по сословному, или кастовому, признаку;
 3. — численное преобладание промышленного пролетариата;
 4. — значительная роль традиционных религиозных культов.
4. Для ведущих стран современного мира, являющихся воплощением постиндустриального общества, характерно:
1. — резкое разделение на полюса бедности и богатства;
 2. — наличие острых социальных конфликтов;
 3. — массовое распространение компьютерных технологий;
 4. — социальная нестабильность, угроза революционных потрясений.
5. Одна из глобальных проблем современности — это:
1. — возникновение новых межгосударственных объединений;
 2. — необходимость начать промышленный переворот;
 3. — колоссальный разрыв в уровне развития регионов Земли;
 4. — интенсивное развитие науки.
2. Задания на сопоставление двух суждений
6. Верны ли следующие суждения о цивилизациях Древнего Востока:
- А. Для них характерно сращивание политической власти с собственностью на землю.
- Б. Для них характерно деление общества по сословно-корпоративным группам, передающимся по наследству.
1. — верно только А;
 2. — верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.
7. Верны ли следующие суждения о цивилизации:
- А. Цивилизация — это характеристика общества, находящегося на определенном этапе развития.
- Б. Цивилизация — это стадия (обычно заключительная) развития любой культуры, которая характеризуется развитием техники и новых технологий, деградацией литературы и искусства, концентрацией людей в больших городах, превращением народов в безликие массы.
1. — верно только А;
 2. верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.
8. Верны ли следующие суждения:
- А. В европейской средневековой цивилизации высоко ценились индивидуальные качества личности, поощрялись инициатива и предприимчивость.
- Б. В Средние века в Европе быстро развивались наука и образование, совершенствовались новые технологии.
1. — верно только А;
 2. — верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.
9. Верны ли следующие суждения:
- А. Многие римские императоры являлись выходцами из непривилегированных слоев общества. Некоторые из них в молодости были солдатами.
- Б. Все римские императоры были наследственными монархами.
1. — верно только А;
 2. — верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

10. Верны ли следующие суждения:

А. К. Маркс резко критиковал формационный подход к истории как непродуктивный.

Б. К. Маркс был склонен считать, что переход от вторичной формации к коммунистической возможен только революционным путем.

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

Задания с пропуском слова или словосочетания в схеме или таблице

11. Структуру базового понятия для характеристики развития общества К. Маркс описывал с применением следующих терминов:

Общественно-экономическая формация				
7		Надстройка		
Производительные силы	Производственные отношения	Идеология	Религия	Право

12. Структуру населения древневосточного рабовладельческого общества можно представить в виде следующей иерархии:

Задания с пропуском слова в высказывании, определении, фразе

13. Г. Гегель предложил периодизацию мировой истории: Древний мир, Новое время.

14. Древневосточные цивилизации возникали в большинстве случаев по берегам крупных рек, а потому получили название «речных». В междуречье Тигра и Евфрата развивались цивилизации Шумера, Аккада и Вавилона, по рекам Янцзы и Хуанхэ — древнекитайская, в долинах рек _____ и _____ — древнеиндийская цивилизация.

Задания на установление соответствия позиций

15

Периодизация	Цивилизация
1. Периоды: — архаический (VIII—VI вв. до н. э.) — классический (V—IV вв. до н. э.) — кризис полисной системы (IV в. до н. э.)	А. Европейская средневековая
2. Периоды: — царский период (VIII—VI вв. до н. э.) — период Республики (к. VI в. до н. э. — 31 г. до н. э.) — период Империи (30 г. до н. э. — 476 г. н. э.)	Б. Древнегреческая
3. Периоды: — «темные века» (VI—X вв. н. э.) — классический период (XI - н. XIV в. н. э.) — закат (завершающий период) (сер. XIV—XVI вв. н. э.)	В. Древнеримская

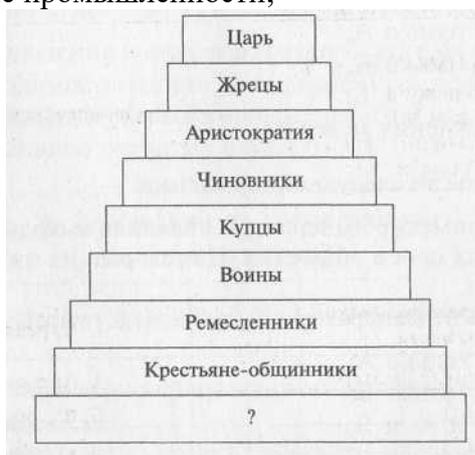
16

Название средневекового парламента	Страна
1. Генеральные штаты	А. Англия Б. Франция
2. Парламент	
3. Кортесы	В. Германия
4. Рейхстаг	Г. Швеция
5. Собор	Д. Польша
6. Риксдаг	Е. Испания
7. Сейм	Ж. Россия

17. Задания на выбор нескольких правильных ответов из приведенного перечня

В. 4.1. Индустриальное общество характеризуют признаки:

1. — ведущая роль информационных технологий;
2. — интенсивное развитие промышленности;



3. — отсутствие разделения труда;
 4. — решающее значение сферы услуг в экономике;
 5. — уменьшение численности населения, занятого в аграрной сфере;
 6. — становление промышленного пролетариата и буржуазии;
 7. — постоянный рост грамотности населения.
16. К. Маркс предлагал выделять и рассматривать следующие типы ОЭФ:
- А. — первичную (архаичную);
 - Б. — вторичную (экономическую);
 - В. — третичную (постиндустриальную);
 - Г. — коммунистическую (будущую);
 - Д. — социалистическую (переходную от индустриальной к постиндустриальной).

Задания повышенной сложности, творческие

18. Дайте характеристику социальной иерархии западноевропейского общества в Средние века. Опишите кратко (в 6—7 предложениях), для примера, специфику положения и место в обществе трех сословий во Франции.

19. Охарактеризуйте античную цивилизацию: когда она существовала, какие народы ее образовали, каковы ее характерные черты.

Тема 3. Человек.

Цель: понимать базовый понятийный аппарат социальных наук.

Вопросы для самоподготовки:

1. Человек как результат биологической и социокультурной эволюции. Взаимоотношение духовного и телесного, биологического и социального начал в человеке.
2. Деятельность. Сознание. Разум. Мышление.
3. Сознательное и бессознательное.
4. Многообразие человеческой деятельности.
5. Основные виды деятельности: труд, учение, игра, общение. Потребности и интересы.
6. Свобода и необходимость в человеческой деятельности. Творческая природа человека.
7. Предназначение человека. Цель и смысл жизни человека. Объективное и субъективное содержание смысла жизни. Ценность жизни человека.
8. Человек в системе общественных отношений. Общественное и индивидуальное сознание. Социализация. Социальная роль.
9. Духовная жизнь человека. Мировоззрение. Убеждение. Вера. Самосознание и социальное поведение. Ценности и нормы. Мотивы и предпочтения. Знания и навыки. Свобода и ответственность.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: практикум

Задание: Дать письменные определения понятиям:

1. Деятельность.
2. Сознание.
3. Разум.
4. Мышление.

Тема 4. Познание.

Цель: понимать базовый понятийный аппарат социальных наук.

Вопросы для самоподготовки:

1. Наука, образование, искусство.
2. Наука как система знаний, специфический вид деятельности и социальный институт.
3. Роль науки в жизни современного общества.
4. Образование. Цели и функции образования.
5. Основные элементы образования.
6. Самообразование.
7. Общественная значимость и личностный смысл образования в условиях информационного общества.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: практикум

Задание. Дать письменные определения понятиям:

1. Наука, образование, искусство.
2. Образование.
3. Самообразование.

Тема 5. Государство.

Цель: понимать методы познания социальных явлений и процессов

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды Понятие и признаки государства.
2. Теории происхождения государства.
3. Причины возникновения государства.
4. Функции государства.
5. Механизм государства.
6. Типология государств.
7. Формы государства;
8. форма правления;

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: практикум

Задание. Дать письменные определения понятиям:

1. форма государственного устройства;
2. форма политического режима.
3. Правовое государство.
4. Социальное государство.

Задания с выбором ответа

1. Задания с выбором одного ответа из четырех вариантов
 - А. 1.1. К числу базовых признаков государства не относится:
 1. — наличие определенной территории и административно- территориального устройства;
 2. — единая общегосударственная идеология;
 3. — государственный суверенитет;

4. — наличие аппарата управления, отделенного от основной массы населения.
2. Форма правления — это:
 1. — форма и характер отношения властных структур к правовым основам государственной и общественной жизни; .
 2. — способ административно-территориального устройства государства, определенный порядок взаимоотношений центральной, региональной и местной властей;
 3. — государственно-правовое объединение ради достижения определенных ограниченных целей в пределах известного исторического периода;
 4. — определенный порядок образования и организации высших органов государственной власти и управления.
3. Не является сущностной чертой или признаком унитарного государства:
 1. — единая система органов власти;
 2. — децентрализация законотворческого аппарата;
 3. — единое гражданство;
 4. — назначаемость региональной администрации.
4. Не входят в классово-формационную типологию государств:
 1. — феодальные государства;
 2. — социальные государства;
 3. — социалистические государства;
 4. — рабовладельческие государства.
5. При федеративном типе государственного устройства (отметьте неверное утверждение):
 1. — субъекты федерации всегда имеют равные права;
 2. — субъекты федерации могут быть образованы на основе как территориального, так и национального принципов;
 3. — субъекты федерации представляют собой ряд образований, имеющих отдельные признаки собственной государственности;
 4. — субъекты федерации имеют собственные законодательные органы.

Задания на сопоставление двух суждений

6. А. Монархия — это форма государственного правления, в принципе исключая конституцию.
- Б. Монархия — это форма государственного правления, при которой верховная власть в государстве пожизненно принадлежит наследственному или избираемому монарху.
 1. — верно только А;
 2. — верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.
7. А. Для демократического либерального государства характерно правовое равноправие всех граждан.
- Б. Для современного демократического либерального государства характерна несменяемость высшего должностного лица (президента) на протяжении всего конституционно определенного срока правления.
 1. — верно только А;
 2. — верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.
8. А. При тоталитарном политическом режиме политические права и свободы граждан даже не декларируются.
- Б. При тоталитарном политическом режиме центральная государственная власть не вмешивается только в вопросы культуры и досуга граждан.
 1. — верно только А;
 2. — верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.

9. А. В качестве примера конфедеративного объединения обычно называют военно-политический союз советских республик периода гражданской войны в 1918—1921 гг.

Б. В качестве примера конфедеративного объединения обычно называют союз южноамериканских штатов периода Гражданской войны в США в 1861—65 гг.

1. — верно только А;
2. — верно только Б;
3. — верны и А, и Б;
4. — оба суждения неверны.

10. А. В социальном государстве все без исключения трудоспособные граждане платят налоги.

Б. В социальном государстве всем без исключения гражданам законодательно гарантируется прожиточный минимум.

1. — верно только А;
2. — верно только Б;
3. — верны и А, и Б;
4. — оба суждения неверны.

Задания с пропуском слова или словосочетания в схеме или таблице

11.

Типы федерации в зависимости от способа формирования ее субъектов		
Территориальная	?	Смешанная

12.

Признаки республики			
?	Участие граждан в управлении и государствам	Принцип разделения властей	Законодательно определенная процедура принятия решений

Задания с пропуском слова (слов) в высказывании, определении, фразе

13. _____ — это независимость государственной власти от иной власти внутри страны и самостоятельность в вопросах внешней политики.

14. _____ — это основные направления деятельности государства, выражающие сущность и социальное назначение управления обществом.

15. _____ — это способ административно-территориального устройства государства, определенный порядок взаимоотношений центральной, региональной и местной властей.

Задание на установление соответствия позиций

16

Теория происхождения государства	Признак или типологическая черта	Представитель
I. Теологическая	А. Государство возникло в результате применения внешнего или внутреннего насилия одних людей над другими.	1. Е. Петражицкий
II. Патриархальная	В. Главная причина возникновения государства — психологическая потребность людей жить в организованном обществе.	2. К. Маркс
III. Органическая	С. Государство возникает по воле, образу и подобию Бога.	3. Л. Гумплович

IV. Договорная, или естественноправовая	D. Главные причины возникновения государства — это появление частной собственности на средства производства, что приводит к расколу общества на классы с противоположными интересами.	4. Ж.-Ж. Руссо
V. Психологическая	E. Государство образуется в результате общественного договора, то есть свободного соглашения населения, добровольно ограничивающего свою свободу ради достижения «общего блага».	5. К. Витфогель
VI. Теория насилия	F. Государство возникает из потребности принудительной организации людей на строительство каналов и оросительных сооружений.	6. А. Августин
VII. Классовая	G. Государственная власть — продолжение отцовской власти, которая постепенно распространяется на все население страны.	7. Г. Спенсер
VIII. Ирригационная	H. Государство уподобляется живому организму и рассматривается как продукт эволюции этого организма	8. Аристотель

17

Тип государства	Критерий для отнесения к определенному типу
1. Древние	A. Устаревший историко-культурный подход: господство той или иной формы мировоззрения
2. Рабовладельческие	
3. Доиндустриальные	
4. Феодалные	B. Классовый подход: наличие двух классов- антагонистов и определенного способа производства
5. Средневековые	
6. Индустриальные	
7. Современные	B. Подход, учитывающий конкретный тип и особенности экономики
8. Постиндустриальные	
9. Буржуазные	

Задания на выбор нескольких правильных ответов из приведенного перечня

18. Признаки государства:

1. Единая хозяйственная политика.
2. Налоговая система.
3. Одна форма мировоззрения, одна религия.
4. Публичная власть, отделенная от народа и использующая механизмы легитимного принуждения.
5. Суверенитет.
6. Контроль власти за личной жизнью граждан.
7. Право на внесудебное преследование в случае политической необходимости.
8. Наличие правотворческого аппарата.
9. Единая культурная политика.

19. Мыслителями — авторами теорий происхождения государства являлись:

1. Конфуций.
2. И. Кант.
3. Н. Бердяев.
4. К. Маркс.
5. Фома Аквинский.
6. Ф. Ницше.
7. Е. Петражицкий.
8. Б. Спиноза.

Задания повышенной сложности, творческие

20. Попробуйте ответить на вопрос о причинах многообразия теорий происхождения государства. Почему до сих пор наука не выработала единственно верной теории?

21. При каких обстоятельствах или в силу каких причин монарх может не наследовать власть, а избираться? Приведите примеры из российской и зарубежной истории.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое уголовная ответственность?
2. Что является основанием для привлечения к уголовной ответственности?
3. Перечислите элементы состава преступления.
4. Какие обстоятельства исключают преступность деяния?
5. При каких обстоятельствах наступает административная ответственность?
6. Перечислите основные виды административных взысканий.
7. В чем состоит специфика работы органов местного самоуправления по сравнению с работой государственных органов?
8. На каких принципах основано местное самоуправление в РФ?
9. Каковы функции органов местного самоуправления в РФ?

Тема 6. Право.

Цель: понимать базовый понятийный аппарат политических наук; иметь представление об обществе как целостной развивающейся системе в единстве и взаимодействии его основных сфер и институтов.

Вопросы для самоподготовки:

9. Субъекты гражданского права. Организационно-правовые формы и правовой режим предпринимательской деятельности. Имущественные права. Право на интеллектуальную собственность. Наследование. Неимущественные права: честь, достоинство, имя. Способы защиты имущественных и неимущественных прав.
10. Порядок и условия заключения и расторжения брака. Правовое регулирование отношений супругов.
11. Правила приема в образовательные учреждения профессионального образования. Порядок оказания платных образовательных услуг.
12. Занятость и трудоустройство. Порядок приема на работу, заключения и расторжения трудового договора. Правовые основы социальной защиты и социального обеспечения.
13. Споры, порядок их рассмотрения. Основные правила и принципы гражданского процесса. Особенности административной юрисдикции. Особенности уголовного процесса. Конституционное судопроизводство.
14. Права человека. Международная защита прав человека в условиях мирного и военного времени. Юридическая ответственность. Проблемы привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения. Юридическая ответственность и санкции. Понятие, функции, цели и принципы юридической ответственности как особой меры государственного принуждения за совершение правонарушения. Виды юридической ответственности. Антикоррупционные нормы в Законодательстве.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: практикум

Задание. Дать письменные определения понятиям:

5. Международная защита прав человека в условиях мирного и военного времени. Юридическая ответственность
6. Порядок и условия заключения и расторжения брака. Правовое регулирование отношений супругов.
7. Понятие, функции, цели и принципы юридической ответственности как особой меры государственного принуждения за совершение правонарушения.

Задания с выбором ответа

Задания с выбором одного ответа из четырех вариантов

1. Юридически закрепленной является следующая норма:
 1. — не кради;
 2. — все люди имеют право на сочувствие и уважение;
 3. — граждане, достигшие 18 лет, имеют право на вступление в брак.;
 4. — все люди — братья.
2. К признакам права не относится:
 1. — формальная определенность;
 2. — обеспеченность исполнения силой традиций и общественного мнения;
 3. — многократность применения;
 4. — общеобязательность.
3. Отметьте неточное суждение:
 1. Нормы права состоят из трех частей — гипотезы, диспозиции и санкции.
 2. Нормы права являются общеобязательными правилами поведения.
 3. Нормы права устанавливаются и санкционируются государством.
 4. Нормы права обязывают совершать или не совершать определенные действия, ограничивая вседозволенность.
4. Система права — это:
 1. Совокупность правовых норм, правовой идеологии и правовой практики, характерная для данного государства.
 2. Общая сумма или официально закрепленный перечень всех действующих в государстве законов.
 3. Господствующая в данном обществе правовая доктрина и основанные на ней законы и подзаконные акты.
 4. Внутренняя организация, упорядоченная совокупность правовых норм, подразделяющаяся в зависимости от предмета и метода правового регулирования.
5. Не является способом систематизации нормативно-правовых актов:
 1. — инкорпорация;
 2. — публикация;
 3. — кодификация;
 4. — консолидация.

Задания на сопоставление двух суждений

6. А. Право и мораль входят в единую систему социальных норм, регулирующих общественные отношения.
Б. Право и мораль различаются как по сфере регулирования общественных отношений, так и по времени возникновения.
 1. — верно только А;
 2. — верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.
7. А. Согласно Конституции, Преждем Российской Федерации назначает с согласия Правительства Председателя Государственной Думы.
Б. Согласно Конституции, Президент Российской Федерации назначает с согласия Государственной Думы Председателя Правительства.
 1. — верно только А;
 2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

8. А. Основной функцией Конституционного Суда РФ является экспертиза нормативных актов на их соответствие основному закону страны.

Б. К полномочиям Конституционного Суда РФ относится внесение поправок в действующую Конституцию

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

9. А. Юридический прецедент является основным источником права в романо-германской правовой системе.

Б. Юридический прецедент — это судебное или административное решение по конкретному делу, которому государство придает общеобязательную силу на заранее оговоренный отрезок времени.

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

10. А. Арбитражные суды занимаются рассмотрением экономических споров и споров в области управления.

Б. К функциям арбитражных судов относится рассмотрение исков граждан к государственным органам и апелляционных жалоб на решение судов первой инстанции.

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

Задания с кратким открытым ответом

Задания с пропуском слова или словосочетания в схеме или таблице

11

Федеративное устройство Российской Федерации				
по Конституции 1993 г.				
21 республика	?	49 областей	10 автономных округов	1 автономная область

12. Формы непосредственной демократии

Выборы в центральные, региональные и местные органы власти

Задания с пропуском слова в высказывании, определении, фразе

13. _____ — это предусмотренная Конституцией РФ процедура отрешения Президента от должности до истечения срока его полномочий путем движения против него обвинения в тяжком преступлении с последующим утверждением обвинения и процедуры его выдвижения и Верховном и Конституционном Судах.

14. Разработка и представление в Государственную Думу проекта федерального бюджета и отчет о его выполнении относится к числу функций _____ РФ.

Задания на установление соответствия позиций

15

Отрасль права	Предмет правового регулирования	Метод правового регулирования
I. Уголовное право	А. Имущественные отношения и связанные с ними личные неимущественные отношения	1. Смешанный
II. Гражданское право	В. Преступление против различных видов общественных отношений	

III. Административное право	С. Трудовые отношения	2. Диспозитивный
IV. Конституционное право	Д. Общественные отношения в области управления и связанные с регулированием административных правонарушений	
V. Трудовое право	Е. Общественные отношения, связанные с установлением общих принципов организации и функционирования органов государственной власти	3. Императивный

16

Закрепленные в Конституции РФ права и свободы	Содержание понятия
I. Свобода совести	А. Право на свободное осуществление литературного, художественного и др. видов творчества, право на свободное участие в культурной жизни
II. Личные права	В. Право исповедовать любую религию или не исповедовать никакой
III. Политические права	С. Право на собственность, право заниматься предпринимательской деятельностью
IV. Социально-экономические права	Д. Право на жизнь, свободу, достоинство и личную неприкосновенность, определение национальной принадлежности, тайну личной и семейной жизни
V. Культурные права	Е. Возможность участия в управлении делами общества и государства, доступ к государственным должностям, право на объединение

Задания на выбор нескольких правильных ответов из приведенного перечня

17. Право:

1. Регулирует все типы общественных отношений.
2. Как и мораль, имеет нормативное содержание.
3. Формируется всем обществом на основании представлений людей о нравственности.
4. Закрепляется в специальных актах.
5. Гарантируется мерами государственного принуждения.
6. Возникло одновременно с моралью.
7. Как и мораль, основано на общности социально-экономических интересов и культуры общества.

общества.

18. В структуру или состав правоотношения входят следующие элементы:

1. Тесная взаимосвязь с правовыми нормами.
2. Юридические факты.
3. Сознательно-волевой характер действий участников правоотношений.
4. Закрепленное законом право на вступление в правоотношение.
5. Субъекты правоотношения.
6. Объекты правоотношения.
7. Субъективная сторона правоотношения.
8. Цель правоотношения.
9. Корреспондирующие права и обязанности.
10. Последствия правоотношений.

Задания повышенной сложности, творческие

19. В чем, на Ваш взгляд, недостаточность или неточность марксистского определения права «рано есть закрепленная государственной властью воля господствующего класса»?

20. Человек совершил угон автомашины. Это подтверждается как свидетельствами очевидцев, так и его собственным признанием. При каких обстоятельствах суд сочтет возможным освободить его от уголовного наказания?

Тема 7. Политика. Политическая жизнь современного общества.

Цель: понимать базовый понятийный аппарат политических наук; иметь представление об обществе как целостной развивающейся системе в единстве и взаимодействии его основных сфер и институтов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные политические институты общества.
2. Политические партии и движения.
3. Типология политических режимов.
4. Демократия, ее основные ценности и признаки.
5. Гражданское общество и государство.
6. Политическая элита, особенности ее формирования

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся:

Задания с выбором ответа

Задания с выбором одного ответа из четырех вариантов

1. Политическая система общества направлена на осуществление функции:
 1. — распределения и обмена материальных благ;
 2. — формирования эстетических предпочтений отдельных групп населения;
 3. — регулирования с помощью органов власти и управления различных общественных интересов;
 4. — выработки научных гипотез о зарождении социальных и государственно-правовых институтов.
 2. Если политическая партия вносит в свою программу положение: «Партия считает своим главным идеологическим принципом обеспечение преемственности развития, сохранения исторических традиций и устоев в процессе выработки политических решений», то такая партия является:
 - 1 — социалистической;
 2. — консервативной;
 3. — либеральной;
 4. — коммунистической.
- Глава V Основы политологии
3. Если в программу политической партии входит положение о разрушительном влиянии на общество всякой государственности, а потому требование ее уничтожения и создания бесклассового и безгосударственного общества, то такую партию правильно назвать
 1. — анархической;
 2. — консервативной;
 3. — либеральной;
 4. — реформаторской.
 4. Если в программе политической партии содержится положение: «Главной нашей ценностью являются гражданские права и свободы личности, гарантии которых должны быть предоставлены властными государственными структурами всем членам общества», то такая партия должна быть отнесена к числу:
 1. — коммунистических;
 2. — либеральных;
 3. — консервативных;
 4. — клерикальных.
 5. Идеологи консервативных партий и движений обращают внимание своих членов на то, что важнейшим институтом, способствующим сохранению стабильности и целостности общества, является институт:
 1. — образования;
 2. — народного представительства;
 3. — церкви;

4. — средств массовой информации.

Задания на сопоставление двух суждений

6. Верны ли суждения?

А. Важным признаком политической партии является наличие у нее программы и устава.

Б. Партия стремится к завоеванию и сохранению в дальнейшем в своих руках политической власти.

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

7. Верны ли суждения?

А. Политическая партия является одним из видов политической власти.

Б. Важным признаком политической власти является непререкаемая избираемость ее носителей.

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

8. Верны ли суждения?

А. В любом государственном образовании разделены три ветви власти: законодательная, исполнительная и судебная.

Б. Судебная ветвь власти никогда не попадает в зависимость от исполнительной.

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

9. Верны ли суждения?

А. Для современного общества возрастает значимость средств массовой информации как института, осуществляющего политическую социализацию населения.

Б. Число изданий и программ, предлагаемых средствами массовой информации для общественного контроля за политической элитой, в последние несколько лет выросло в пятьдесят раз.

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

10. Верны ли суждения?

А. Современные политические партии отличаются строгим соответствием их состава и состава того класса или сословия, чьи интересы они представляют.

Б. Современные политические партии отличаются смешанным социальным составом, включают в свой состав представителей разных групп общества.

1. — верно только А.

2. — верно только Б.

3. — верны и А, и Б.

4. — оба суждения неверны.

Задания с кратким открытым ответом

Задания с пропуском слова или словосочетания в схеме или таблице

11. Внутренняя структура политической системы, по Алмонду, выглядит так: ?

Задания с пропуском слова в высказывании, определении, фразе

13. Пытаясь воздействовать на толпу, лидеры нередко прибегают к _____, то есть к выдвиганию популярных в обществе, но совершенно невыполнимых обещаний.

14. Вокруг политического лидера складывается консолидированная группа, занимающая руководящее положение в общественных институтах. Эта группа называется политической _____.

Тема 8. Социальные отношения.

Цель: понимать базовый понятийный аппарат социальных наук; иметь представление об обществе как целостной развивающейся системе в единстве и взаимодействии его основных сфер и институтов.

Вопросы для самоподготовки:

5. Общество как сложная динамичная система.
6. Общество и природа.
7. Общество и культура.
8. Системное строение общества: элементы и подсистемы. Социальное взаимодействие и общественные отношения.
9. Причинные и функциональные связи в обществе. Взаимосвязь основных сфер общественной жизни.
10. Основные институты общества.
11. Объективные и субъективные факторы развития общества.
12. Деятельность как способ существования общества. Многовариантность общественного развития. Развитие представлений об обществе. Эволюция и революция как формы социального изменения. Революция и реформы. Возможность альтернативности общественного развития.
13. Каковы объект и предмет социологии как особой сферы знания?
14. Какими методами пользуются социологи в своих исследованиях?
15. Какие подходы к определению общества Вы можете перечислить?
16. Какое определение общества обычно используете Вы сами?
17. Что принято понимать под социальной стратификацией?
18. Какие социальные слои прослеживаются в современном российском обществе?
19. Что в социологии принято понимать под личностью? Какие теории, объясняющие феномен личности, Вам известны?
20. Какие стадии развития проходит народ, прежде чем стать нацией? Дайте определение нации.
21. Какие тенденции в развитии межнациональных отношений прослеживаются в Новое и Новейшее время?
22. Почему в социологии велик интерес к феномену массы? Как Вы понимаете, что такое масса и каково будущее этого феномена?
23. Каковы существенные особенности массового сознания?

Задания с выбором ответа

Задания с выбором одного ответа из четырех вариантов

1. Семью как малую группу характеризует:
 1. — общность профессиональной деятельности;
 2. — общность интересов;
 3. — общность быта;
 4. — общность отношения к религии.
2. Различный доступ людей к социальным благам отражен в понятии:
 1. — социальное происхождение;
 2. — социальное неравенство;
 3. — социализация;
 4. — социальная мобильность.
3. Социализация — это:
 1. — процесс освоения индивидом социальных ролей и исполнение их на протяжении жизни;

2. — процесс получения знаний об обществе;
3. — процесс адаптации мигрантов к новому обществу;
4. — процесс регулирования общественных отношений.
4. Элементом социальной структуры общества является:
 1. — наука;
 2. — фирма;
 3. — семья;
 4. — государство.
5. Термин, с помощью которого описывается структура общества, — это:
 1. — мобильность;
 2. — стратификация;
 3. — стабильность;
 4. — социализация.

Задания на сопоставление двух суждений

6. Верны ли суждения?
 - А. Отношения между группами людей в обществе называются социальными.
 - Б. Социальными являются отношения людей внутри одной социальной группы.
 1. — верно только А;
 2. — верно только Б;
 3. — верны и А, и Б;
 4. — оба суждения неверны.

Тема 9 Формы, типы, виды культуры. Духовная культура личности и общества.

Цель: понимать методы познания социальных явлений и процессов.

Вопросы для самоподготовки:

15. Виды и уровни человеческих знаний. Мировоззрение. Философия.
16. Проблема познаваемости мира. Чувственное и рациональное познание. Интуиция
17. Истина и заблуждение. Истина и ее критерии. Истина абсолютная и относительная.
18. Научное и ненаучное познание. Особенности научного мышления. Познание и творчество. Знание и вера. Формы и методы современного научного познания.
19. Особенности социального познания. Факты, теории, оценки. Науки, изучающие общество. Проблема социального прогнозирования.
20. Науки, изучающие человека, их система. Развитие взглядов на человека. Целостное постижение человека. Многообразие путей познания и форм человеческого знания.
21. Социальное и гуманитарное знание.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: практикум

Задание. Дать письменные определения понятиям:

8. Истина и заблуждение. Истина абсолютная и относительная.
9. Социальное познание. Факты, теории, оценки.
10. Мировоззрение. Философия.

Глава II. Экономика и экономическая наука как основа общества и государства.

Раздел 1. Экономика и экономическая наука

Тема 1. Предмет экономической науки

Цель: дать представление об основах экономики

Вопросы для самоподготовки:

- 1) Что такое экономика (economy)?

- 2) Что изучает экономическая теория (economics)?
- 3) Чем отличаются микроэкономика (microeconomics) и макроэкономика (macroeconomics)?
- 4) Чем отличаются позитивная и нормативная экономика (positive and normative economics)?

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: доклад на тему «Что такое экономика в моем понимании?»

Тема 2. Ограниченность ресурсов и альтернативная стоимость

Цель: дать понятие ресурсов и потребностей и их взаимосвязи, факторы производства.

Вопросы для самоподготовки:

- 1) Что такое производство (production)?
- 2) Охарактеризуйте виды факторов производства (factors of production)?
- 3) Что изображает кривая производственных возможностей (production possibilities curve)?
- 4) Что такое альтернативная стоимость (opportunity cost)?

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

Задача 1

В фирме по производству мебели работают две бригады мастеров. Первая бригада может изготовить за год 120 столов или 360 стульев. Вторая бригада может изготовить за год 900 стульев, при этом производство этой бригадой 3 столов приводит к отказу от производства 5 стульев. Постройте КПВ каждой бригады в отдельности, найдите альтернативные стоимости столов и стульев у каждой из бригад и постройте КПВ двух бригад вместе.

Задача 2

Для проведения школьного праздника необходимо изготовить бумажные фигурки и надписи. При этом школьники, участвующие в подготовке праздника, разбились на 2 группы. Первая группа может изготовить за неделю 160 фигурок или 400 надписей. Вторая группа может изготовить за неделю 1010 надписей, при этом изготовление этой группой 2 фигурок приводит к альтернативным издержкам в 7 надписей. Постройте КПВ каждой группы в отдельности, найдите альтернативные стоимости фигурок и надписей у каждой из групп и постройте КПВ двух групп вместе.

Задания с выбором ответа

Задания с выбором одного ответа из четырех вариантов

1. Главная экономическая проблема, с которой сталкивается любое общество, состоит в:
 1. — неравномерности распределения произведенных материальных благ между различными классами и сословиями;
 2. — конфликте между возрастающими человеческими потребностями в товарах и услугах и ограниченностью ресурсов, привлекаемых для их производства;
 3. — оскудении природных ресурсов, необходимых для производства материальных благ;
 4. — постоянной нехватке финансовых ресурсов для реализации хозяйственных планов.
- 2 Сбалансированный план государственных расходов и источников их финансового покрытия называется:
 1. — бухгалтерским отчетом;
 2. — финансовым расчетом;
 3. — хозяйственным планом государства;
 4. — государственным бюджетом.
3. Предпринимательство — это:
 - 1 • работа частного лица или фирмы по выполнению государственного хозяйственного заказа;
 2. — посредническая деятельность по продвижению товаров на рынок;

3. — индивидуальная организаторская деятельность в промышленной и финансово-торговой сфере, имеющая своей непосредственной целью получение прибыли на вложенный капитал;

4. — индивидуальная производственная деятельность, совершаемая частными лицами или фирмами с нарушением установленных государством законов или правил.

4. Финансы — это:

1. — совокупность доходов государства;

2. — денежные средства, используемые государством для реализации экономических, социальных и культурных программ;

3. — совокупность общественных отношений, связанных с образованием и использованием фондов денежных средств;

4. — совокупное материальное богатство государства в денежном выражении.

5. Основной критерий, по которому налоги разделяются на прямые и косвенные, — это:

1. — бюджет соответствующего уровня, в который поступают собранные налоговые суммы;

2. — объект обложения, относящийся к категории доходов или расходов;

3. — отнесение плательщиков к категории физических или юридических лиц;

4. — сроки взимания налогов — немедленно по получении дохода или по истечении какого-то фиксированного времени.

Задания на сопоставление двух суждений

6. Верны ли суждения:

А. Микроэкономика — это экономика отдельно взятой фирмы или предприятия.

Б. Микроэкономика — это раздел экономической науки, изучающий обособленные экономические единицы — фирмы, домашние хозяйства, отдельные рынки, конкретные цены и конкретные товары и услуги.

1. — верно только А;

2. — верно только Б;

3. — верны и А, и Б;

4. — оба суждения неверны.

7. Верны ли суждения:

А. Держатели акций какой-либо компании или фирмы являются по определению работниками данной компании или фирмы.

Б. Держатели акций какой-либо компании или фирмы принимают непосредственное участие в управлении ее делами.

Задания на установление соответствия позиций

8.

Тип экономической системы	Типологическая черта
1. Традиционная экономическая система	А. Подчинение всех хозяйственных процессов единому государственному плану
	Б. Быстрая адаптация к меняющейся экономической конъюнктуре
2. Рыночная экономическая система	В. Ограничение или полный запрет частнопредпринимательской деятельности
	Г. Замедленные темпы экономического развития
3. Командно-административная система	Д. Рутинный характер производства, господство натурального хозяйства
	Е. Действие закона спроса и предложения

9

Классификация налогов	Критерий, по которому производится классификация
1. Прямые	А. Тип ставки налогообложения
2. Местные	
3. Пропорциональные	Б. Территория или зачисление в бюджет соответствующего уровня
4. Федеральные	
5. Косвенные	В. Объект обложения — доходы или расходы
6. Регрессивные	

9. Задания на выбор нескольких правильных ответов из приведенного перечня

9. Основными проблемами макроэкономики являются:

1. — управление ценообразованием;
 2. — управление хозяйством страны как единым целым;
 3. — управление инфляцией;
 4. — забота о качестве товаров и услуг;
 5. — обеспечение максимальной прибыли производителей товаров и услуг;
 6. — поддержание оптимальных темпов производства товаров и услуг.
10. Для рыночной экономической системы характерны:
1. — конкуренция товаропроизводителей;
 2. — отсутствие государственного планирования всех типов производимых товаров и услуг;
 3. — ориентация производства на выполнение исключительно государственных плановых заданий;

заданий;

4. — ненаказуемое право негосударственной экономической деятельности;
5. — незаинтересованность предприятий в скорейшем внедрении в производство последних достижений науки и техники;
6. — отсутствие индивидуального крестьянского хозяйства;
7. — прибыль как главный стимул хозяйственной деятельности;
8. — единая общегосударственная ценовая политика.

Задания повышенной сложности, творческие

11. Попробуйте объяснить, как меняются роль и действие факторов производства (труда, капитала, земли) в командно-административной экономической системе по отношению к рыночной.

12. Перечислите, какие способы используются для преодоления бюджетного дефицита. Отметьте плюсы и минусы способов.

Раздел 2. Теория рынка и ее основные понятия

Тема 3. Основные понятия рынка: товар, деньги, стоимость

Цель: сформировать основы понимания формирования рыночных отношений

Вопросы для самоподготовки:

- 1) Что такое рынок (market)?
- 2) Охарактеризуйте домохозяйство (household) как участника рынка
- 3) Охарактеризуйте бизнес (business) как участника рынка
- 4) Охарактеризуйте правительство (government) как участника рынка
- 5) Каковы особенности современного рынка туристических услуг?

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: презентация на тему «Рыночная экономика – благо или зло?»

Тема 4. Спрос и предложение на рынке

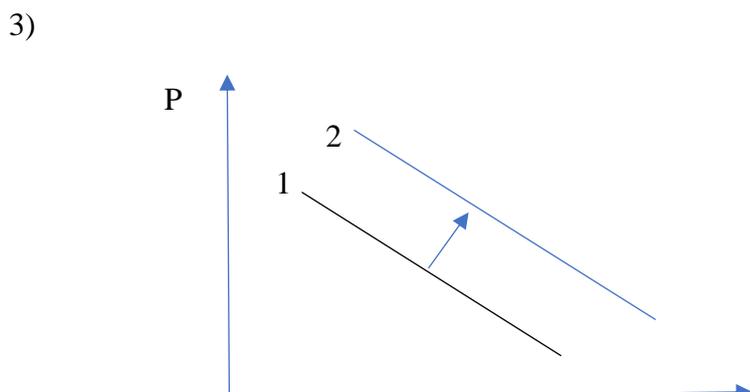
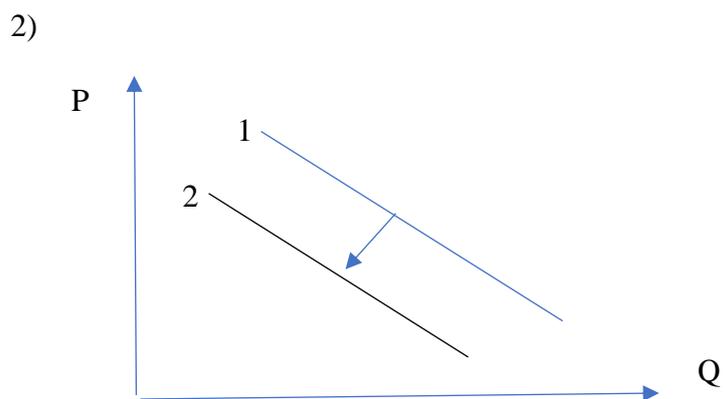
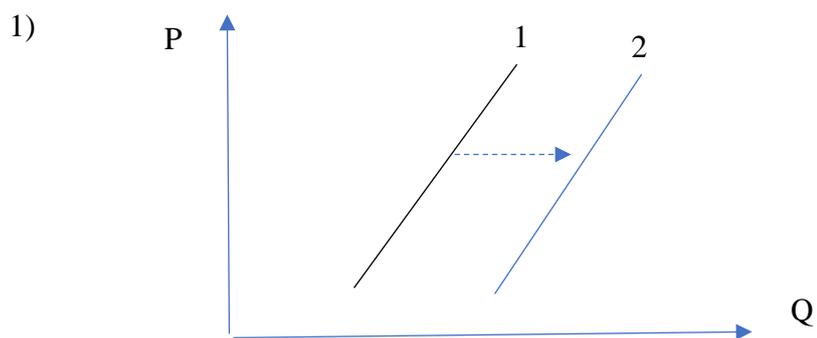
Цель: ознакомить с понятием спроса и предложения

Вопросы для самоподготовки:

- 1) Что такое спрос (demand)?
- 2) Что такое предложение (supply)?
- 3) Какие факторы влияют на спрос?
- 4) Какие факторы влияют на предложение?

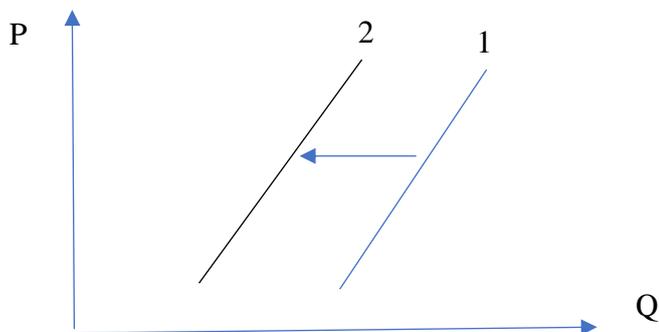
Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задачи

Соотнесите график и ситуацию



Q

4)



- А) Спрос на билеты на спектакль, который идет уже 2 сезон
- Б) Предложение на импортный товар при снижении курса рубля
- В) Предложение на лекарство, которое включили в список Минздрава
- Г) Спрос на нефть в регионе, где открылся новый завод по производству бытовой химии

Раздел 3. Механизмы рыночной экономики

Тема 5: Рыночное равновесие

Цель: изучить специфику рыночного равновесия

Вопросы для самоподготовки:

- 1) Назовите факторы рыночного равновесия.
- 2) Что такое экономическое равновесие (economic equilibrium)?
- 3) Что такое равновесная цена (equilibrium price)?

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач
Найти рыночное равновесие по следующим условиям:

А) Данные о спросе и предложении товара приводятся в таблице.

Цена (P) в долл.	Объём спроса (Qd) в тыс. шт.	Объём предложения (Qs) в тыс. шт.
5	15	9
10	14	11
15	13	13
20	12	15
25	11	17
30	10	19

Построить графики спроса и предложения в координатах «цена – объем» и графически показать равновесную цену и равновесный объем товара, а также показать, что произойдет на рынке, если цена установится на уровне 5 долларов и 25 долларов. Написать подробный ответ словами.

Б) Данные о спросе и предложении товара приводятся в таблице.

Цена в долларах x	Объем спроса (Q_d)	Объем предложения (Q_{s1})
50	13	5
60	12	6
70	11	7
80	10	8
90	9	9
100	8	10

Построить графики спроса и предложения в координатах «цена – объем» и графически показать равновесную цену и равновесный объем товара, а также показать, что произойдет на рынке, если предложение удвоится при любом уровне цен. Написать подробный ответ словами.

В) Спрос на товар задан уравнением $Q(D) = -2P + 13$,

предложение – $Q(S) = 5P - 6$.

Найти равновесную цену и равновесный объем товара, и как они изменятся если спрос увеличится на 3 (тыс. шт.) при любом уровне цен.

Тема 6: Эластичность спроса и предложения

Цель: изучить понятие эластичности спроса и предложения

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое эластичность спроса по цене (price elasticity of demand).
2. Что такое эластичность предложения по цене (price elasticity of supply).
3. Что такое эластичность спроса по доходу?
4. Что такое эластичность предложения по доходу?

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

Задача 1

Функция спроса задана таблично. Найти эластичность в каждой точке и на отрезке между ними.

время наблюдения	0	1	2
	11	7	2
	4	5	8

Задача 2.

Коэффициент эластичности спроса по цене равен $E_P^D = -0,3$, предложения $E_P^S = +0,4$

При рыночном равновесии потребляется 20 единиц блага по цене 4 ден.ед.:

Вывести функции спроса и предложения в аналитическом виде, при условии, что они линейные

Тема 7. Домохозяйство на рынке, его потребление и бюджет

Цель: дать основы знаний о поведении домохозяйств как потребителей в экономике

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое рациональность потребителя?
2. Что такое предельная полезность (marginal utility) и общая полезность (total utility)?
3. Что такое ценность благ?
4. Что такое кривая безразличия (indifference curve)?

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач, презентация

Бюджет торговца птицами составляет 4 доллара. Набор состоит из гусей, уток, кур и фазанов. Цена гуся, утки и курицы – \$1, фазана – \$2 (фазан – дичь, поэтому он дороже).

Предельные полезности этих продуктов указаны в таблице Менгера.

Предпочтения торговца птицами

	Гусь	Утка	Курица	Фазан
MU_1	27	32	28	59
MU_2	26	31	28	58
MU_3	25	31	28	57
MU_4	24	29	28	56
Цена, долл.	1	1	1	2

Найти равновесный набор торговца птицами.

Тема 8: Производственные затраты (издержки)

Цель: дать основы понимания издержек производства

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое постоянные издержки?
2. Что такое переменные издержки?
3. Что такое средние издержки?
4. Что такое предельные издержки?

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

Зависимость общих затрат предприятия (ТС) от выпуска представлена в таблице:

Выпуск в единицу времени, Q, шт.	0	1	2	3	4	5
Общие затраты, ТС, р.	100	140	200	300	440	600

На рынке цена установилась на уровне 110 р.

- а) Сколько продукции должно производить предприятие, чтобы достичь максимума прибыли?
- б) Не следует ли прекратить производство?
- в) Ниже какого уровня должна снизиться цена, чтобы предприятие прекратило производство данного товара?

Раздел 4. Роль государства в экономике

Тема 9: Монополизация и антимонопольная политика

Цель: сформировать понимание олигополии и монополистической конкуренции

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое монополия?
2. Что такое олигополия?

3. Сравните олигополию и монополию.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

У монополистически конкурентной фирмы известна функция цены:

$$P = 500 - 8 \times Q$$

и функция совокупных издержек:

$$TC = 150 + 10 \times Q.$$

1. Определите оптимальный объём выпуска и цену товара у этой фирмы. Чему равна её экономическая прибыль?

2. Если бы данный сегмент рынка был совершенно конкурентным, то сколько продукции производилось бы и по какой цене она бы продавалась?

Тема 10: Структура национальной экономики и ее показатели

Цель: сформировать знания о структуре национальной экономики и ее показателях

Вопросы для самоподготовки:

1. Расчет ВВП по доходам и расходам
2. Дефлятор ВВП
3. Другие показатели системы национальных счетов

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

Задача 1

Постановка задачи: На основе данных таблицы определите ВВП по потоку доходов и по потоку расходов.

Счет	Млрд песет
Валовые частные инвестиции	175
Дивиденды	13
Проценты за кредит	6
Проценты по облигациям	3
Зарботная плата наемных работников	215
Жалование служащих	165
Прибыль корпораций	98
Налоги на прибыль корпораций	87
Косвенные налоги на бизнес	53
Рентные платежи	66
Доходы от собственности	145
Государственные расходы на ВВП	160
Потребительские расходы	440
Чистые частные инвестиции	150
Чистый экспорт	14

Задача 2

Постановка задачи: Рассмотрите данные таблицы и подсчитайте ВВП (по бензину) методом добавленной стоимости:

Стадии производства	Стоимость продукции, ден. ед.	Добавленная стоимость, ден. ед.
1. Добыча нефти	950	
2. Первичное разделение на фракции	1120	
3. Вторичная очистка	1370	
4. Получение бензина	1770	
5. Продажа на бензозаправки	1920	
6. Продажа бензина потребителям	2010	

Задача 3

Постановка задачи: Заполните следующую таблицу:

Год	Номинальный ВВП	Реальный ВВП	Дефлятор ВВП
2000	5330	5120	
2003		5320	1,32
2006	8350		1,25

Раздел 5. Рынки ресурсов в экономике
Тема 11. Рынок труда и заработная плата
Цель: сформировать знания о рынке труда

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности рынка труда
2. Заработная плата
3. Производительность труда

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

Задача 1. Равновесие на рынке рабочей силы

Предложение труда определённой отрасли описывается уравнением $L_s=130w$, а отраслевой спрос на услуги труда описывает уравнение $L_D=750-90w$, где w – это дневная ставка заработной платы, а L – количество работников.

1. Определить равновесное количество занятых и равновесную ставку заработной платы;
2. допустим, что под влиянием профсоюзов правительство установило минимальную ставку заработной платы на уровне 8 ден.ед. Определить количество работников, которые в этом случае окажутся безработными.

Задача 2. Производительность труда

В 2010 году на заводе ввели новую технологическую линию. Объём продукции при той же самой численности работающих увеличился так, как приведено в таблице:

	Объём выпуска продукции за год	Количество работников в среднем за год	Продуктивность труда, тис.	Индекс изменения продуктивности труда
2009	255	75		
2010	460	75		
2011	465	75		
2012	480	75		
2013	480	75		

1. вычислить показатель продуктивности труда по годам и заполнить таблицу;
2. как изменялась продуктивность труда в каждом следующем году относительно предыдущего. Проанализировать полученные данные;
2. чему равен средний индекс изменения продуктивности труда?
3. как изменилась продуктивность труда в 2013 по сравнению с показателями 2009 года?

Тема 12. Рынок денег и законы денежного оборота
Цель: сформировать знания о денежном обороте

Вопросы для самоподготовки:

1. Полноценные и неполноценные деньги
2. Денежный оборот

3. Закон Фишера

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

Задача 3. Объем производства увеличился на 6%, денежная масса — на 24%, скорость оборота денег — на 10%. Как изменился средний уровень цен?

Задача 4. Объем производства увеличился на 6%, денежная масса — на 24%, средний уровень цен — на 5%. Как изменилась скорость оборота (оборачиваемость) денег?

Задача 5. Объем производства увеличился на 6%, скорость оборота денег снизилась на 5%, средний уровень цен вырос на 9%. Как изменился объем денежной массы?

Задача 6. Объем производства вырос на 6%, денежная масса — на 24%, средний уровень цен — на 30%. Как изменилась скорость оборота денег?

Задача 7. Объем производства сократился на 3%, денежная масса выросла в 2,26 раза, скорость оборота денег — на 17%. Как изменился уровень цен?

Задача 8. Объем производства снизился на 21%, цены выросли в 3,3 раза, скорость оборота денег — на 34%. Как изменилась величина денежной массы?

Раздел 6. Финансовая сфера экономики

Тема 13. Денежная масса и ее структура

Цель: сформировать знания о структуре денежной массы

Вопросы для самоподготовки:

1. Денежные агрегаты по степени ликвидности
2. Денежная масса и экономический рост
3. Эффект денежного мультипликатора

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

Задача 1. На основании данных табл. 1.3 рассчитать:

- 1) темпы годового прироста: а) денежной массы в национальном определении (агрегат M2); б) денежной массы по методологии денежного обзора (агрегат M2X); в) депозитов в иностранной валюте;
- 2) удельный вес: а) наличных денег в денежной массе (агрегат M2); б) депозитов в иностранной валюте в структуре денежной массы (KS);
- 3) величину денежного мультипликатора.

Таблица 1.3

Данные для расчета, млрд руб.

Показатели	2006 г.			
	1 января	1 апреля	1 июля	1 октября
Денежная база в широком определении	2914,1	2721,0	2285,9	3484,2
Деньги вне банков	2009,2	1928,8	2233,4	2351,6
Депозиты до востребования, срочные и сберегательные	4036,3	4240,6	4858,9	5356,7
Депозиты в иностранной валюте	1178,2	1225,9	1221,0	1129,8

Тема 14. Банковская система и ее значение

Цель: сформировать знания о банковской системе

Вопросы для самоподготовки:

1. Меры денежно-кредитного регулирования Центрального банка
2. Банки как посредники на рынке капитала
3. Расчет платежей при погашении кредита

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач

Задача 2. Объем денежной массы в стране составил на конец года 202 млрд руб. В начале года центральный банк произвел эмиссию в размере 3 млрд руб. и установил норму обязательных резервов 10%. Каков объем денежной массы в стране?

Задача 1. Центральный банк проводит политику «дорогих денег». Как изменится денежная масса, если норма обязательных резервов составляет 20%, а на рынке представлены государственные ценные бумаги на сумму 40 млрд долл.

Задача 2. Как изменилась денежная масса в экономике, если центральный банк уменьшил учетную ставку процента до 5% при норме обязательных резервов 5% и объеме вексельного рынка 600 трлн руб.? Какую политику при этом проводил центральный банк?

Составить план погашения кредита в размере 780 млн.ден.ед. серией из

5 равных платежей, которые должны выплачиваться в конце каждого года.

Процентная ставка – 15 % годовых.

Тема 15. Государственный бюджет и налогообложение

Цель: сформировать знания о государственном бюджете

Вопросы для самоподготовки:

1. Бюджетная система России
2. Виды налогов
3. Структура современного бюджета России

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: составить в таблице Excel сравнительный анализ основных позиций доходов и расходов Федерального бюджета России на 2021 и 2020 годы.

Тема 16. Инфляция, безработица и макроэкономическая стабильность

Цель: сформировать знания о макроэкономической стабильности

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды инфляции
2. Безработица и ее социальные последствия
3. Экономический рост и экономические циклы

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: решение задач, тестовые задание

Задача 1. Каким должен быть уровень инфляции для текущего года, если ожидаемый индекс цен равен 112,4, а в предыдущем году он был 117,5.

Задача 2. Рассчитайте годовой индекс и уровень инфляции, если ее месячный уровень составил 8%.

Задача 3. Определить ожидаемый равномерный годовой уровень инфляции, если рост инфляции за месяц составит 4 и 11%.

Примерные тесты

Тесты к контрольному срезу 1

Укажите на один правильный ответ

1. Экономическая теория изучает

- а) способы удовлетворения потребностей;
- б) ограниченные ресурсы;
- в) производство и потребление товаров и услуг;
- г) экономическое поведение людей.

2. Экономические категории представляют собой

- а) доказательства существования тех или иных экономических явлений и процессов;
- б) формы проявления тех или иных явлений и процессов в сфере экономики;
- в) научные абстракции, выражающие экономические отношения;
- г) способы выражения в экономической теории причинно – следственных взаимосвязей в экономике.

3. Классикам – экономистам не принадлежит выражение о том, что

- а) рыночная экономика действует на принципах саморегулирования;
- б) рыночная экономика утратила механизм саморегулирования;
- в) экономика постоянно находится в состоянии полной занятости ресурсов;
- г) цены могут как повышаться, так и снижаться.

4. Рынок как экономическая форма организации общественного производства позволяет

- а) платить как можно больше денег;
- б) создать сбережения;
- в) расширить ограниченные возможности индивидов;
- г) создать систему социального страхования безработных.

5. Поток факторов производства и расходов от домашних хозяйств к фирмам и поток доходов, продуктов и услуг от фирм к домашним хозяйствам показывает

- а) система цен;
- б) модель кругооборота доходов и продукции.
- в) свободный рынок;
- г) доктрина «невидимой руки»;

6. Производственные возможности страны А составляют: 20 паровозов и 10 электровозов в год, а производственные возможности страны В - 30 паровозов и 15 электровозов. Какая страна имеет относительное преимущество в производстве паровозов?

- а) А; б) В; в) никакая из двух стран; г) информации недостаточно.

7. Кривая производственных возможностей иллюстрирует

- а) преимущества производства одного товара вместо другого;
- б) эффективность экономики;
- в) влияние дефицита и альтернативной стоимости на общество;
- г) ограниченность ресурсов.

8. Функция спроса: $Q_D = 16 - 2P$. Найдите дуговую эластичность спроса по цене при изменении цены с 2 до 3.

- а) - 0,2; б) - 0,45; в) - 0,64; г) - 0,8.

9. Спрос на мороженое менее эластичен, чем спрос на шоколадное мороженое:

- а) чаще всего; б) иногда; в) никогда;
г) если нет конкуренции со стороны иностранных производителей.

10. Если сокращение цены на товар на 1 % приводит к увеличению величины спроса на 0,1 %, то этот спрос

- а) эластичный; б) неэластичный;
в) с единичной эластичностью; г) абсолютно неэластичный.

11. Законодательное установление государством низких цен на товары нарушает законы равновесия спроса и предложения, однако такой способ ценообразования

- а) решает все социальные конфликты и обеспечивает рост благосостояния всех групп населения;
б) не решает социальных конфликтов, усиливает дефицитность товаров, вызывает снижение выпуска товаров, спекуляцию и рост цен на теневом рынке;
в) стимулирует рост производства, а распределение выпущенных товаров с помощью социальных низких цен повышает роль государства в экономике.

12. Потребитель имеет доход 8 долл. Цена товара А равна 1 долл., а цена товара В – 0,5 долл. Какая из следующих комбинаций товаров находится на бюджетной линии?

- а) 8А и 1В; б) 7А и 1В; в) 6А и 6В; г) 5А и 6В.

13. Цена товара А равна 10 долл., а цена товара В – 13 долл. Товар А доставляет потребителю предельную полезность, равную 22 ютилям. Какую предельную полезность доставляет потребителю товар В, если он сделал оптимальный с его точки зрения выбор?

- а) 22 ютиля; б) 26,3 ютиля; в) 28,6 ютиля; г) 33 ютиля.

14. В то время как уровни дохода увеличиваются, процент доходов, расходуемых на продукты питания

- а) сильно увеличивается; б) незначительно увеличивается;
в) уменьшается; г) остается прежним.

15. Потребительский излишек может быть изображен графически как

- а) площадь под кривой предельной полезности;
б) площадь под кривой спроса, которая ниже рыночной цены;
в) площадь под кривой спроса, которая выше рыночной цены;
г) площадь под кривой спроса.

16. Если цена товара А падает, потребитель будет всегда стараться купить больше товара из – за эффекта

- а) замещения и иногда дохода; б) замещения и дохода;
в) замещения, а не дохода; г) дохода, а не замещения.

17. Если цены на все факторы увеличатся на 15 %, то линия изокосты фирмы

- а) сместится влево, к началу координат;
б) сместится вправо от начала координат;
в) развернется относительно вертикальной оси;
г) развернется относительно горизонтальной оси.

18. Изокоста – это линия, которая указывает

- а) множество комбинаций цен на ресурсы;
- б) множество всех комбинаций ресурсов, которые могли бы быть приобретены предприятием при определенной сумме расходов;
- в) множество комбинаций ресурсов, которые могут быть использованы в производстве одного продукта;
- г) множество комбинаций ресурсов, которые могут быть использованы в производстве двух и более продуктов.

19. При любом объеме выпуска общие издержки фирмы равны

- а) средним общим издержкам минус средние переменные издержки;
- б) средним переменным издержкам, умноженным на величину выпуска;
- в) средним общим издержкам, умноженным на величину выпуска;
- г) средним неявным издержкам плюс средние переменные издержки.

Тесты к контрольному срезу 2

1. Средние общие затраты имеют минимальное значение, когда

- а) они равны предельным затратам;
- б) общий выпуск продукции минимален;
- в) общий выпуск продукции максимален;
- г) переменные затраты минимальны.

2. Фирма планирует издать книгу. Функция средних затрат имеет вид: $ATC = 4 + 4000/Q$, где Q – выпуск книг в год. Если цена книги – 8 долл., то какой объем производства обеспечит фирме безубыточность?

- а) 500; б) 1000; в) 1500; г) 2000.

3. Когда говорят, что конкурентная фирма является «ценополучателем», имеется в виду, что

- а) фирма получает максимальную прибыль или минимальные убытки, если скорректирует объем выпуска производства, а не цену;
- б) фирма будет корректировать объем выпуска и не будет заботиться об издержках производимой продукции;
- в) фирма будет решать, надо ли производить и сколько, только на основании издержек производства дополнительной единицы продукции;
- г) рыночная цена продукта никак не влияет на решение фирмы о производстве.

4. Фирма находится в условиях совершенной конкуренции. Функция общих затрат имеет вид: $TC = 9Q^2 + 200Q + 30$. Какой объем выберет фирма, если цена товара 308 долл.? Определите прибыль фирмы.

- а) 4 и 128; б) 4,6 и 128,8; в) 6 и 294; г) 8 и 346.

5. Что означает ценовая дискриминация третьей степени?

- а) ценовую политику, позволяющую монополисту присваивать себе ренту покупателя;
- б) группировку в партии по разным ценам выпускаемого монополией продукта;
- в) установление на каждую продаваемую единицу продукции цены, соответствующей спросу;
- г) сегментирование рынка покупателей в соответствии с эластичностью спроса.

6. Функция общих затрат монополии имеет вид: $TC = 30\,000 + 50Q$, а цена задается функцией: $P = 100 - 0,1Q$. Определите цену и объем выпуска монополии, максимизирующие ее прибыль.

- а) 75 и 250; б) 80 и 300; в) 95 и 350; г) 100 и 400.

7. Модель ломаной кривой спроса является примером

- а) картеля; б) сговора; в) монополистической конкуренции;
- г) поведения олигополии, не расположенной к сотрудничеству.

8. Продукция фирм, действующих в условиях монополистической конкуренции, является

- а) уникальной; б) стандартизированной;

в) взаимодополняемой; г) близкой, но не полностью взаимозаменяемой.

9. Что из нижеперечисленного не отражает понятие производного спроса?

- а) увеличивается спрос на автомобили и в результате растет спрос на рабочих в автомобильной промышленности;
- б) повышается спрос на обувь, что приводит к росту спроса на кожу для обуви;
- в) снижается цена на мясо птицы, что приводит к падению спроса на говядину;
- г) увеличивается спрос на мебель, что приводит к повышению спроса на древесину.

10. Предельная выручка от предельного продукта труда

- а) измеряет издержки найма дополнительной единицы труда;
- б) измеряет вклад в доход от найма одного дополнительного рабочего;
- в) измеряет вклад в совокупные доходы в результате продажи одной дополнительной единицы продукции;
- г) отражает издержки найма труда.

11. Если цена на фактор производства снижается, то это снижение

- а) вызовет увеличение спроса на этот фактор и сокращение спроса на все другие факторы;
- б) приведет к увеличению спроса на другие факторы производства;
- в) может вызвать увеличение или снижение спроса на другой фактор в зависимости от преобладания эффекта замещения или эффекта от масштаба выпуска;
- г) не будет влиять на спрос на этот фактор или любые другие факторы.

12. Если фирма – монополист на рынке определенного вида труда, то какое из следующих утверждений будет характеризовать размер заработной платы?

- а) она будет превышать предельные затраты по найму дополнительной единицы труда;
- б) она будет меньше, чем предельные затраты по найму дополнительной единицы труда;
- в) она будет равна предельным затратам по найму дополнительной единицы труда;
- г) она будет находиться между предельной стоимостью продукта и предельными затратами по найму дополнительной единицы труда.

13. Если конкурентная фирма максимизирует прибыль, продавая продукцию по цене 2 долл. за единицу, и покупает ресурс по цене 10 долл., то стоимость предельного продукта данного ресурса равна

- а) 2 долл.; б) 5 долл.; в) 10 долл.; г) 20 долл.

14. Арендная плата за участок земли в 1,5 га составляет 450 долл. в год, а годовая процентная ставка – 7 %. Какова цена данного участка земли?

- а) 6428,6 долл.; б) 6500 долл.; в) 7236,8 долл.; г) 9642,9 долл.

34. Рыночный спрос на труд описывается формулой: $L_D = 70 - P_L$, рыночное предложение труда: $L_S = 4P_L - 30$. Определите равновесную ставку заработной платы и равновесное количество труда.

- а) 10 и 40; б) 20 и 50; в) 30 и 60; г) 34 и 68.

15. Если номинальная процентная ставка составляет 10 %, а темп инфляции определен в 4 % в год, то чему равна реальная процентная ставка?

- а) 5,45 %; б) 6 %; в) 7,8 %; г) 8,2 %.

16. На свободном рынке для товаров с положительными внешними эффектами

- а) возможна их недооценка;
- б) возможно их недопроизводство;
- в) возможно их перепроизводство;
- г) возможно существование некоторых отрицательных свойств.

17. Внешний эффект может быть определен как

- а) издержки производства, вытекающие из использования земли, капитала и труда;
- б) результат того, что общество предпочитает иное решение, чем на свободном рынке;
- в) выгода, которая достигается, потому что рынок не имеет совершенной информации о продукте;
- г) искажение рынка в результате неполного учета в цене побочных эффектов.

18. Проблема «зайцев» возникает тогда, когда

- а) все люди, потребляющие общественное благо, платят за него;
- б) все люди хотят заплатить за то, что они потребляют;
- в) некоторые блага являются частными, а некоторые – общественными;
- г) кто – то выигрывает от потребления общественного блага, не оплачивая своей доли.

19. Общественными благами считаются товары и услуги, обладающие следующими признаками:

- а) делимостью;
- б) конкурентностью в потреблении;
- в) доступностью и бесплатностью для любого потребителя;
- г) ни одним из перечисленных.

20. Положительный внешний эффект имеет место

- а) при снижении налога на добавленную стоимость;
- б) при производстве спортивных товаров;
- в) при снижении затрат фирмы с ростом объемов производства;
- г) при производстве товара в условиях совершенной конкуренции.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин, менеджмента и экономики организации, экономической теории, экономики организации, экономики природопользования»

Оборудование учебного кабинета: стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом.

Технические средства обучения: видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Волков, А. М. Обществознание. Основы государства и права : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина ; под общей редакцией А. М. Волкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 279 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15265-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492813> (дата обращения: 22.09.2022).

2. Обществознание : учебник для среднего профессионального образования / Б. И. Федоров [и др.] ; под редакцией Б. И. Федорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 410 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13751-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489815> (дата обращения: 22.09.2022).
3. Шимко, П. Д. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Д. Шимко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 380 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01368-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/490075> (дата обращения: 22.09.2022).
4. Богатырева, М. В. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. В. Богатырева, А. Е. Колмаков, М. А. Колмаков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 424 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10525-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495442> (дата обращения: 22.09.2022).

Дополнительные источники:

1. Обществознание в 2 ч. Часть 1 : учебник для среднего профессионального образования / Н. В. Агафонова [и др.] ; под редакцией Н. В. Агафоновой. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 381 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08996-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451555> (дата обращения: 22.09.2022).
2. Обществознание в 2 ч. Часть 2 : учебник для среднего профессионального образования / Н. В. Агафонова [и др.] ; под редакцией Н. В. Агафоновой. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 311 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14016-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491784> (дата обращения: 22.09.2022).
3. Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489601> (дата обращения: 22.09.2022).
4. Васильев, В. П. Экономика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Васильев, Ю. А. Холоденко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 316 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13775-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496496> (дата обращения: 22.09.2022).

Интернет-ресурсы:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru <http://elibrary.ru/>
3. ЭБС издательства «Юрайт» <https://urait.ru/>
4. ЭБС издательства "ЛАНЬ" <http://e.lanbook.com/>
5. ЭБС "Book.ru" <http://www.book.ru>
6. База данных EastView Полнотекстовая база данных периодики <http://ebiblioteka.ru/>
7. База данных международного индекса научного цитирования – Scopus: <http://www.scopus.com/>
8. Международный индекс научного цитирования Web of Science (Web of Knowledge) <http://webofknowledge.com>
9. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина <https://www.prlib.ru/>
10. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>
11. Видеотека учебных фильмов «Решение» Коллекция учебных видеофильмов <http://eduvideo.online>
12. Электронные учебные издания АО "Просвещение" www.lecta.rosuchebnik.ru

13. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)
<https://uisrussia.msu.ru/>
14. Электронная библиотека учебников <http://studentam.net>
15. Cyberleninka <http://cyberleninka.ru/journal>
16. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/library>
17. Электронные библиотеки. Электронные библиотеки, словари, энциклопедии
<http://gigabaza.ru/doc/131454.html>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

№ п/п	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3
1.	<p>Знать:</p> <p>об экономической сфере в жизни общества как пространстве, в котором осуществляется экономическая деятельность индивидов, семей, отдельных предприятий и государства;</p> <p>сущность экономических институтов, их роли в социально-экономическом развитии общества;</p> <p>значение этических норм и нравственных ценностей в экономической деятельности отдельных людей и общества, сформированность уважительного отношения к чужой собственности;</p> <p>место и роль России в современной мировой экономике; умение ориентироваться в текущих экономических событиях, происходящих в России и мире.</p> <p>особенности современного рынка труда.</p>	<p>Решение задач</p> <p>Доклад</p> <p>Презентация</p> <p>Тестовые задания</p> <p>Контрольные работы</p> <p>Индивидуальный проект</p>
2.	<p>Уметь:</p> <p>принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;</p> <p>осуществлять поиск актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет; умение различать факты, аргументы и оценочные суждения; анализировать, преобразовывать и использовать экономическую информацию для решения практических задач в учебной деятельности и реальной жизни;</p> <p>разрабатывать и реализовывать проекты экономической и междисциплинарной направленности на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров;</p> <p>применять полученные знания и сформированные навыки для эффективного исполнения основных социально-экономических ролей (потребителя,</p>	<p>Решение задач</p> <p>Доклад</p> <p>Презентация</p> <p>Тестовые задания</p> <p>Контрольные работы</p> <p>Индивидуальный проект</p>

№ п/ п	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3
	<p>производителя, покупателя, продавца, заемщика, акционера, наемного работника, работодателя, налогоплательщика);</p> <p>к личностному самоопределению и самореализации в экономической деятельности, в том числе в области предпринимательства.</p>	

4.1. Перечень вопросов, выносимых для получения дифференцированного зачета/экзамена

Вопросы для дифференцированного зачёта:

1. Общество как система. Общественные отношения.
2. Человек. Индивид. Личность.
3. Сущность и виды деятельности.
4. Свобода и необходимость в человеческой деятельности.
5. Пути и формы общественного развития, общественный прогресс.
6. Познание, его пути и формы. Научное и ненаучное познание.
7. Науки о человеке и обществе.
8. Особенности социального и гуманитарного знания.
9. Эволюция представлений об обществе и человеке.
10. Истина и ее критерии.
11. Мировоззрение, убеждение, вера.
12. Культура и духовная жизнь общества.
13. Мораль.
14. Искусство и его роль в жизни общества и человека.
15. Религия в жизни общества и человека.
16. Наука и ее роль в жизни общества.
17. Образование, его цели, функции и особенности в современном мире.
18. Типы экономических систем. Особенности и основные механизмы рыночной экономики.
19. Понятие, формы и отношения собственности.
20. Экономическая культура. Нравственные и правовые основы экономических отношений.
21. Роль государства в экономике.
22. Финансовые институты. Деньги и банки.
23. Рынок труда. Занятость и безработица.
24. Человек и семья в системе экономических отношений.
25. Мировая экономика.
26. Особенности современной экономики России.
27. Социальные группы, социальная стратификация.
28. Социальный статус личности.
29. Социальные нормы и отклоняющееся поведение. Социальный контроль.
30. Семья и ее роль в жизни общества.
31. Межэтнические и межнациональные отношения.
32. Молодежь как социальная группа, особенности молодежной субкультуры.
33. Политическая система общества: понятие, структура. Типология политических режимов.
34. Демократия.
35. Государство и его политические функции.
36. Политические партии, их роль в политической жизни общества.
37. Гражданское общество и правовое государство.
38. Политическая культура, политическая идеология.

39. Политическая жизнь современной России.
40. Противоречия современного общественного развития. Глобализация и проблемы человечества в начале XXI в.
41. Теории происхождения государства.
42. Понятие и признаки государства.
43. Функции государства.
44. Форма государства и ее составные элементы.
45. Форма правления, как элемент формы государства.
46. Форма государственного устройства, как элемент формы государства.
47. Государственный (политический) режим, как элемент формы государства.
48. Понятие и виды социальных норм. Право в системе социальных норм. Взаимоотношение права и морали.
49. Понятие, признаки, принципы и функции права.
50. Норма права: понятие и признаки. Структура правовой нормы.
51. Понятие и виды источников права.
52. Нормативно-правовые акты как источники права, их классификация.
53. Действие нормативного акта во времени, в пространстве и по кругу лиц.
54. Понятие правоотношения: его признаки, субъекты, содержание, объекты, виды.
55. Юридические факты: понятие и классификация.
56. Понятие, признаки и виды (классификация) правонарушений.
57. Юридический состав правонарушения: понятие и элементы.
58. Виды коррупционных правонарушений.
59. Общая характеристика коррупционных правонарушений.
60. Юридическая ответственность: понятие, признаки и функции. Виды юридической ответственности.
61. Особенности привлечения к ответственности за совершение коррупционных правонарушений.
62. Проблемы привлечения к уголовной ответственности за коррупционные преступления.
63. Общая характеристика Конституции Российской Федерации 1993 года: ее структура, порядок внесения поправок и пересмотра Конституции.
64. Основы конституционного строя Российской Федерации.
65. Конституционно-правовой статус личности и гражданина Российской Федерации.
66. Классификация основных прав и свобод человека и гражданина. Конституционные обязанности гражданина РФ.
67. Особенности федеративного устройства России. Правовой статус субъектов Российской Федерации.
68. Президент Российской Федерации. Полномочия и порядок избрания Президента РФ.
69. Президент РФ. Полномочия и основания прекращения полномочий Президента РФ.
70. Федеральное собрание Российской Федерации как представительный и законодательный орган власти. Структура и компетенция палат.
71. Государственная Дума Федерального Собрания РФ. Порядок формирования и компетенция. Статус депутата Государственной Думы РФ.
72. Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Порядок формирования и компетенция. Статус члена Совета Федерации РФ.
73. Правительство Российской Федерации - высший орган исполнительной власти: формирование и полномочия.
74. Судебная система РФ. Статус судей в Российской Федерации.

Вопросы для экзамена:

1. Экономика как сфера жизни общества
2. Предмет изучения экономической теории
3. Микро- и макроэкономика
4. Позитивная и нормативная экономика
5. Проблема ограниченности ресурсов

6. Кривая производственных возможностей
7. Альтернативная стоимость
8. Проблема выбора в экономике
9. Понятие о рынке
10. Деньги и их значение
11. Стоимость и ее виды
12. Преимущества и недостатки рыночной системы
13. Спрос и его график
14. Неценовые факторы спроса
15. Предложение и его график
16. Неценовые факторы предложения
17. Понятие о рыночном равновесии
18. Дефицит и избыток на рынке
19. Графическое определение равновесия
20. Аналитическое определение равновесия
21. Понятие об эластичности в экономике
22. Эластичность спроса
23. Эластичность предложения
24. Понятие о потребительской полезности
25. Расчет оптимального бюджета потребителя
26. Понятие об издержках и их виды
27. Постоянные и переменные издержки
28. Предельные издержки
29. Издержки предприятия в условиях совершенной конкуренции
30. Виды рынок несовершенной конкуренции
31. Особенности ценообразования в условиях монополии
32. Монополистическая конкуренция
33. Антимонопольная политика
34. Структура национальной экономики
35. Система национальных счетов
36. Методы расчета ВВП
37. Дефлятор ВВП
38. Рынок труда и его особенности
39. Равновесие на рынке труда
40. Заработная плата и трудовое время
41. Производительность труда
42. Рынок капитала
43. Ссудный процент
44. Полноценные и неполноценные деньги
45. Виды денежных агрегатов
46. Денежная база
47. Центральный банк и его роль
48. Коммерческие банки и их роль
49. Расчет платежей при погашении кредита
50. Виды налогов
51. Бюджетная система России
52. Особенности современного российского бюджета
53. Виды инфляции
54. Безработица и ее последствия
55. Экономический рост и экономические циклы

Примерные темы индивидуальных проектов:

1. Конституции в истории России (сравнительный анализ).
2. Политические партии в современной России.

3. Роль личности в истории общества.
4. Проблемы социальной мобильности в Российском обществе.
5. Электронное государство: за и против.
6. Права ребенка. Почему необходимо защищать детство.
7. Права детей в истории России.
8. Проект предложений к закону о молодежи.
9. Нарушение прав человека в экономической и социальной сферах.
10. Массовое общество и молодежная субкультура.
11. Жизненные цели молодого поколения России (по материалам СМИ)
12. Чего хочет и о чем мечтает современная российская молодежь?
13. Самые востребованные профессии: сегодня и 50 лет назад.
14. Ответственность родителей в случае неисполнения родительских обязанностей.
15. Субъективные причины подростковой преступности.
16. Эволюция института семьи в России.
17. Демографическая ситуация в России: история и современность, пути преодоления демографического кризиса.
18. Формальное и подлинное право супругов на равноправие.
19. Классификации и типологии молодежной субкультуры.
20. Защита прав несовершеннолетних - задача мирового сообщества.
21. Что я знаю об истории правозащитного движения.
22. Усыновление (удочерение) как приоритетная форма устройства детей в семью.
23. Институт приемной семьи: правовые и нравственные стороны.
24. Влияние религиозных объединений на формирование сознания подростка.
25. Предпринимательская деятельность подростков.
26. Деньги и их значение
27. Постоянные и переменные издержки
28. Проблема выбора в экономике
29. Экономика как сфера жизни общества
30. Проблема ограниченности ресурсов
31. Центральный банк и его роль
32. Коммерческие банки и их роль

4.2. Критерии оценки

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
Академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Требования к выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

- титульный лист, содержание доклада;
- краткое изложение;
- цели и задачи;
- изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
- источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
- анализ и толкование полученных в работе результатов;
- выводы и оценки;
- библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование кафедры, фамилию студента;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Презентация

Требования к презентациям

1. Объем презентации 20 -50 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - наименование предметной (цикловой) комиссии;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, специальность, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражено обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).

2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).

5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок (<i>отлично</i>)
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий (<i>хорошо</i>)
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий (<i>удовлетворительно</i>)
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи (<i>неудовлетворительно</i>)
0 баллов	не аттестован

5. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК гуманитарных и общественных дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 44.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022
2.			