



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**



Директор Колледжа РГСУ

РГСУ
ДИРЕКТОР

А. В. Косоплечев

«3» марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

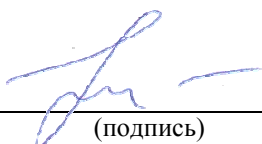
Рабочая программа дисциплины ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552 учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	6
2.2. Тематический план дисциплины.....	7
2.3. Содержание дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	10
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	10
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	15

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для	- использовать поисковые системы	- виды и инструменты маркетинговых

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.	коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;	- отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
Объем часов по дисциплине	250	150	100
в т.ч. в форме практической подготовки			
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	112	56	56
в том числе:			
лекционные занятия	20	10	10

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
практические занятия	92	46	46
Самостоятельная работа обучающихся	138	94	44
Промежуточная аттестация в форме		Другая форма (контрольная работа)	Экзамен

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Семестр 3	150	94	56	10		46		
Раздел 1 Композиция в рекламе								
Тема 1.1. Гармония цвета.	34	22	12	2		10		
Тема 1.2. Форма и контрформа.	38	24	14	2		12		
Раздел 2. Рисунок в рекламе								
Тема 2.1. Скетч, набросок, эскиз	38	24	14	2		12		
Тема 2.2. Виды стилизации изображения, процесс упрощения.	40	24	16	4		12		
Промежуточная аттестация			Другая форма (контрольная работа)					
Семестр 4	100	44	56	10		46		
Раздел 3 Живопись в рекламе								
Тема 3.1. Гармония цвета в живописи.	52	22	30	6		24		
Тема 3.2. Психология восприятия и выбор цвета.	48	22	26	4		22		
Промежуточная аттестация			Экзамен					
Всего часов	250	138	112	20		92		

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1. Композиция в рекламе		
Тема 1.1 Гармония цвета.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Виды композиций. Композиционные приемы и правила размещения рекламного контента на различных рекламных носителях.</p> <p>(основные композиционные приемы, текст как элемент композиции, текстуры фактуры.)</p> <p>Приемы ассоциативной композиции в рекламе.</p> <hr/> <p>Выполнение рекламных постеров с применением классических приемов композиции</p> <hr/> <p>Выполнение рекламного постера с применением ассоциативной композиции с сюжетной направленностью"</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 1.2 Форма и контрформа.	<p>Содержание учебного материала:</p> <hr/> <p>Форма и контрформа. Оптическая иллюзия, оптические компенсация Пропорции, масштабность, формат.</p> <p>Модуль и модульность: модульная сетка, паттерн, мудборд</p> <hr/> <p>В том числе практических занятий</p> <hr/> <p>Выполнение упражнения по компенсации черного на белом и белого на черном – «выворотка»</p> <p>Выполнение упражнения на формирование системы пропорций в тексте.</p> <p>Выполнение шрифтового паттерна.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p> <hr/> <p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	Составление мудборда на заданную тему с предварительным построением модульной сетки.	
Раздел 2. Рисунок в рекламе		
Тема 2.1 Скетч, набросок, эскиз	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>Скетч, набросок, эскиз</p> <p>Выполнение быстрых композиций на заданную тему в скетче</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 2.2 Виды стилизации изображения, процесс упрощения.	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>Виды стилизации изображения, процесс упрощения.</p> <p>Выполнение стилизации изображения предмета или животного, создание графического паттерна.</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Раздел 3 Живопись в рекламе		
Тема.3.1. Гармония цвета.	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>Круг Иттена. Гармония цвета.</p> <p>Выполнение цифрового цветного рекламного постера на заданную тему с применением приемов гармонии цвета.</p> <p>Психология восприятия и выбор цвета для определенной тематики рекламного проекта.</p> <p>Цветовое решение в рекламе.</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 3.2. Психология восприятия и выбор цвета.	Выполнение цифрового цветного рекламного постера на заданную тему с применением приемов гармонии цвета.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет основ композиции в рекламе: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/544229> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542206> (дата обращения: 12.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Дубровин, В. М. Основы изобразительного искусства : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. М. Дубровин ; под научной редакцией В. В. Корешкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 360 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11430-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518306> (дата обращения: 12.03.2024).

2. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ардеко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 137 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18343-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/534823> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

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

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте	Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала	Текущий контроль при проведении: -письменного, устного опроса -тестирование
	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и	Подготовка докладов, рефератов, эссе

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах</p>	<p>с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни</p>	
<p>структуру плана для решения задач</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p>	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, соответствие общим требованиям написания и техническим требованиям оформления индивидуальной/групповой работы, грамотность изложения материала, наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники, разные точки зрения, проект представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала</p>	<p>Подготовка и защита индивидуальных и групповых работ</p>
<p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</p> <p>- отраслевую терминологию;</p> <p>- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</p>	<p>Промежуточная аттестация в 3 семестре в форме - Другая форма (контрольная работа), В 4 семестре в форме - Экзамен</p>	<p>Другая форма (контрольная работа), Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.</p> <p>- отраслевую терминологию;</p> <p>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании</p>		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь:</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части</p> <p>определять этапы решения задачи</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p> <p>составлять план действия</p> <p>определять необходимые ресурсы</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>реализовывать составленный план</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p>	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p> <p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p> <p>Промежуточная аттестация в форме - Другая форма (контрольная работа), Экзамен</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы (семинарские занятия)</p> <p>Деловая игра (урок-дебаты)</p> <p>Другая форма (контрольная работа), Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; 		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



Директор факультета РГСУ

А.В. Косоплечев

«8» марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ
**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения
Очная

Москва, 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552 учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

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

– 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;

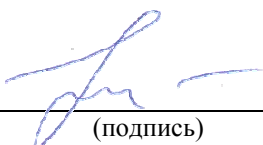
– 11.010 «Фотограф»;

– 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла разработана рабочей группой в составе: директор Колледжа РГСУ Косоплечев А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Новиков А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	10
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	10
2.2. Тематический план дисциплины.....	11
2.3. Содержание дисциплины.....	12
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	13
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	13
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	24

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина *Информационные технологии в профессиональной деятельности* входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и	определять задачи для поиска информации	номенклатура информационных

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	<p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>	<p>источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации</p> <p>современная научная и профессиональная терминология</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>основы предпринимательской деятельности;</p> <p>основы финансовой грамотности</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования	правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
			<p>деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. 	<ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления 	<ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>воздействия рекламной кампании на ЦА;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. 	
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; 	<ul style="list-style-type: none"> -отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. 	
ПК 4.3	Разрабатывать творческие	- использовать поисковые	- виды и

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	<p>системы интернета</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. 	<p>инструменты маркетинговых коммуникаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
Объем часов по дисциплине	88	44	44
в т.ч. в форме практической подготовки			
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	88	44	44
в том числе:			
лекционные занятия	6	2	4
практические занятия	82	42	40
Промежуточная аттестация в форме		Другая форма (контрольная)	Экзамен

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
		работа)	

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Семестр 3	44		44	2		42		
Раздел 1. Знакомство с основным программным обеспечением ПК	24		24	2		42		
Тема 1.1. Правила техники безопасности и санитарные нормы при работе в компьютерном классе.	24		24	2		22		
Раздел 2. Векторная графика в Adobe Illustrator	20		20			20		
Тема 2.1. Виды Компьютерной графики.	20		20			20		
Промежуточная аттестация			Другая форма (контрольная работа)					
Семестр 4	44		44	4		40		
Тема 2.2 Библиотека цветов	22		22	2		20		
Тема 2.3. Подключенные устройства для создания графических объектов, рисунков	22		22	2		20		
Промежуточная аттестация			Экзамен					
Всего часов	88		88	6		82		

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1. Знакомство с основным программным обеспечением ПК		
Тема 1.1 Знакомство с основным программным обеспечением ПК	<p>Правила техники безопасности и санитарные нормы при работе в компьютерном классе.</p> <p>Краткое знакомство с аппаратным обеспечением ПК. Основные клавиши Windows</p> <p>Особенности работы в Microsoft Word в профессиональной деятельности Правила форматирования текстовых документов по ГОСТ. Создание оглавления Особенности работы в Microsoft Excel в профессиональной деятельности Особенности работы в Microsoft Power Point в профессиональной деятельности</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>
Раздел 2 Векторная графика в Adobe Illustrator		
Тема 2.1 Виды Компьютерной графики.	<p>Виды Компьютерной графики. Интерфейс программы Adobe Illustrator.</p> <p>Настройки программы Adobe Illustrator. Размеры монтажных областей. Инструменты рисования и заливки.</p> <p>Инструменты создания и трансформации простых объектов. Графические примитивы. Инструменты рисования и заливки. Работа с цветовой палитрой. Преобразование объекта в кривые. Работа с опорными точками. Создание объектов при помощи инструмента Pen (Перо) Создание объектов при помощи инструмента Кривизна. Работа с палитрой Слои. Создание многослойного изображения. Работа с палитрой Образцы.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>
Тема 2.2 Библиотека цветов	<p>Работа с библиотеками цветов. Создание новых образцов.</p> <p>Работа с цветовым кругом Adobe Color. Подбор правильных цветовых сочетаний. Работа с палитрой Градиент и инструментом Градиент. Создание собственных градиентных заливок.</p> <p>Работа с палитрой Оформление. Создание множественных заливок и обводок. Группировка и Комбинирование объектов, работа с палитрой</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	Обработка контуров (Pathfinder). Работа с инструментом Сетка перспективы. Работа с объектами 3D. Работа с палитрой символы. Работа с инструментом Создание фигур. Работа с инструментом Быстрая заливка.	
Тема 2.3. Подключенные устройства для создания графических объектов, рисунков	Подключение и настройка графического планшета. Работа с инструментом с инструментом Карандаш, Сглаживание, Кисть - клякса. Работа с инструментами Карандаш, Сглаживание и Ширина. Работа с Объектными кистями. Создание своей объектной кисти. Работа с дискретными кистями. Работа с инструментом Сетчатый градиент. Создание многослойных изображений и использованием настроек прозрачности.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Лаборатория «Информационных и коммуникационных технологий».

Основное оборудование: посадочные места по количеству обучающихся; стационарные технические средства обучения; рабочее место преподавателя; доска; интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; лицензионные базовые и профессиональные компьютерные программы, необходимыми для ведения учебно-практической деятельности; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал; средства множительной техники (принтеры, сканеры, многофункциональные устройства, копировальные аппараты).

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. 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, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 546 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18341-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534809> (дата обращения: 21.02.2024).
3. Куприянов, Д. В. Информационное обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Куприянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 283 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17829-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537693> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Десненко, С. И. Формирование ИКТ-компетентности будущего педагога в условиях цифровизации образования : монография / С. И. Десненко, Т. Е. Пахомова. — Чита : ЗабГУ, 2021. — 274 с. — ISBN 978-5-9293-2915-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/271937> (дата обращения: 21.02.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Майорова [и др.] ; под редакцией Е. В. Майоровой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18502-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535170> (дата обращения: 21.02.2024).
3. Романова, Ю. Д. Информационные технологии в управлении персоналом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Д. Романова, Т. А. Винтова, П. Е. Коваль. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 271 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07586-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538227> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС	Электронная библиотека, обеспечивающая	http://biblioclub.ru/

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

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов	Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала	Текущий контроль при проведении: -письменного, устного опроса -тестирование
	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни	Подготовка докладов, рефератов, эссе
	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, соответствие общим требованиям написания и	Подготовка и защита индивидуальных и групповых работ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>решения задач профессиональной деятельности</p> <p>номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p>	<p>техническим требованиям оформления индивидуальной/групповой работы, грамотность изложения материала, наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники, разные точки зрения, проект представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала</p>	
<p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации</p> <p>современная научная и профессиональная терминология</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности</p> <p>правила разработки бизнес-планов</p> <p>порядок выстраивания презентации</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>правила построения простых</p>	<p>Промежуточная аттестация в 3 семестре в форме - Другая форма (контрольная работа), В 4 семестре в форме - Экзамен</p>	<p>Другая форма (контрольная работа), Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные</p> <p>общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов профессиональной направленности</p> <ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему. -отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</p> <p>- отраслевую терминологию;</p> <p>- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</p> <p>- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.</p>		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь:</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части</p> <p>определять этапы решения задачи</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p> <p>составлять план действия</p> <p>определять необходимые ресурсы</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>реализовывать составленный план</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с</p>	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p> <p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p> <p>Промежуточная аттестация в 3 семестре в форме - Другая форма (контрольная работа), В 4 семестре в форме -Экзамен</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы (семинарские занятия)</p> <p>Другая форма (контрольная работа), Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>помощью наставника) определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат</p>		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия</p> <p>- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;</p> <p>- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.</p> <p>- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;</p> <p>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</p>		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<ul style="list-style-type: none"> - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</p> <ul style="list-style-type: none"> - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Интернет. использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.</p>		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



Директор Колледжа РГСУ

РГСУ
ДИРЕКТОР

А. В. Косоплечев

8 марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.03 История экранных искусств**

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
42.02.01 Реклама**

**НАПРАВЛЕННОСТЬ
Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

**Форма обучения
Очная**

Москва, 2024 г.

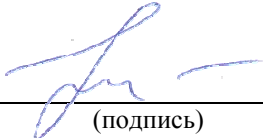
Рабочая программа дисциплины ОП.03 История экранных искусств разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552 учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Косоплечев

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	14
2.2. Тематический план дисциплины.....	14
2.3. Содержание дисциплины.....	16
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	18
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	18
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	20
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	24

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина История экранных искусств входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и	определять задачи для поиска информации определять необходимые	номенклатура информационных источников,

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план	содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>	<p>порядок выстраивания презентации</p>
ОК 04	<p>Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p>	<p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива,</p> <p>психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p>
ОК 05	<p>Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p>	<p>грамотно излагать свои мысли</p> <p>и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 06	<p>Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;</p>	<p>описывать значимость своей специальности</p> <p>применять стандарты антикоррупционного поведения</p>	<p>сущность гражданско-патриотической позиции,</p> <p>общечеловеческих ценностей</p> <p>значимость профессиональной деятельности по специальности</p> <p>стандарты антикоррупционного поведения и последствия его</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
			нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона	правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности	роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Преобразовывать требования заказчика в бриф	<p>- Принципов выбора каналов коммуникации</p> <p>Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий</p> <p>- Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей</p>
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического	- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом	- важность учета пожеланий заказчика при разработке при

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	<p>результатов анализа рынка и конкурентной среды;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий 	<p>планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; 	<ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<ul style="list-style-type: none"> - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство 	<p>применения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. 	
ПК 3.3	<p>Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. 	
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации и в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; 	<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<ul style="list-style-type: none"> - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; 	<ul style="list-style-type: none"> возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<ul style="list-style-type: none"> - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. 	проведении презентаций и защит проектов.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
Объем часов по дисциплине		
в т.ч. в форме практической подготовки		38
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем		38
в том числе:		
лекционные занятия		20
практические занятия		18
Промежуточная аттестация в форме		Зачет

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
Семестр 4	38		38	20		18			
Раздел 1. Эволюция рекламы	18		18	20		18			
Тема 1.1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века.	6		6	4		2			
Тема 1.2. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России	4		4	2		2			
Тема 1.3. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	4		4	2		2			
Тема 1.4. Реклама 90х-2000х	4		4	2		2			
Раздел 2. Современная реклама	20		20	10		10			
Тема 2.1. Современные направления в рекламе.	8		8	4		4			
Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы	4		4	2		2			
Тема 2.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе	4		4	2		2			
Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ	4		4	2		2			
Промежуточная аттестация									
Всего часов	38		20	20		18			

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1. Эволюция рекламы		
Тема 1.1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века.	Содержание учебного материала	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
	<p>Дисциплина «История экранных искусств», ее связь с дисциплинами учебного плана.</p> <p>Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов насмотренности и профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности.</p>	
	Практические занятия	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
Раздел 2 Основы колорита в живописи		
Тема 1.2. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации.</p> <p>Реклама товаров народного потребления.</p> <p>Агитационная реклама.</p> <p>Стилистические решения.</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
Тема 2.1. Зарождение	Содержание учебного материала	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	<p>Первая телевизионная реклама (реклама часов-США в 1941, реклама кукурузы -СССР, 1964г)</p> <p>Деятельность «Союзторгреклама»1966 при Министре торговли СССР.</p> <p>Создатели, разбор примеров.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>
Тема 2.2. Реклама 90х-2000х	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Печатная реклама.</p> <p>Видео реклама: для оптовиков 1991 г, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама.</p> <p>Интернет реклама: первая интернет реклама 94г, эпоха баннерной рекламы</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>
Раздел 3. Современная реклама		
Тема 3.1 Современные направления в рекламе.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Медийная реклама, E-mail-маркетинг, Контент-маркетинг, Крауд-маркетинг, SEO, ORM, SMM, Таргет, Ретаргет, Контекст.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>
Тема 3.2. Ведущие рекламные агентства и их работы	<p>Содержание учебного материала</p> <p>GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, Группа АДВ, Public Totem, Mediascope,</p> <p>Студия Артемия Лебедева и т.д.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>
Тема 3.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Гипербола, литота, известный персонаж, показ товара в экстремальных условиях, до и после, визуальная метафора, демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	изготовления/производства товара, Метаморфоза и т.д. Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы.	
Тема 3.4. Инсайт и ключевой рекламный образ	<p>Определения, разбор примеров, приемы разработки.</p> <p>Создание инсайтов и ключевых, рекламных образов в идеях и эскизах на заданные темы.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.</p>

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет истории изобразительных искусств, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), наглядные пособия, учебные фильмы, цифровые образовательные технологии.

Технические средства обучения: компьютер с устройствами воспроизведения звука, принтер, мультимедиа-проектор с экраном, мультимедийная доска, указка-презентер для презентаций.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 137 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18343-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534823> (дата обращения: 14.03.2024).
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. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/530298> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545458> (дата обращения: 12.03.2024).
2. Тугендхольд, Я. А. Художественная культура Запада / Я. А. Тугендхольд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 169 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-13489-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543826> (дата обращения: 14.03.2024).

Интернет-ресурсы:

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Знать:</p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>структуру плана для решения задач</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления</p>	<p>Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала</p>	<p>Текущий контроль при проведении:</p> <p>-письменного, устного опроса</p> <p>-тестирование</p>
	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни</p>	<p>Подготовка докладов, рефератов, эссе</p>
	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, соответствие общим требованиям написания и техническим требованиям оформления индивидуальной/групповой работы, грамотность изложения материала, наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники,</p>	<p>Подготовка и защита индивидуальной и групповой работы</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации</p> <p>современная научная и профессиональная терминология</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности</p> <p>правила разработки бизнес-планов</p> <p>порядок выстраивания презентации</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;</p> <p>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</p> <p>- требования к качественному функционированию сайтов;</p> <p>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</p> <p>- отраслевую терминологию;</p> <p>- важность учета пожеланий</p>	<p>разные точки зрения, проект представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала</p> <p>Промежуточная аттестация в форме -Зачет</p>	<p>Зачет</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру брифа и требования к нему. <ul style="list-style-type: none"> -отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. <ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов. 		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
Уметь:	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы (семинарские занятия)</p>
	<p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p>	<p>Деловая игра (урок-дебаты)</p>
	<p>Промежуточная аттестация в форме - зачет</p>	<p>Зачет</p>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**



Директор Колледжа РГСУ

А.В. Жосоплечев

18 марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 Рекламная деятельность

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

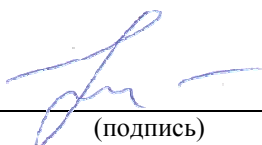
Рабочая программа дисциплины ОП.04 Рекламная деятельность разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	9
2.2. Тематический план дисциплины.....	10
2.3. Содержание дисциплины.....	11
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	15
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	16
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	26

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина Рекламная деятельность входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную	содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>	
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива,</p> <p>психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p>
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
			<p>текстов профессиональной направленности</p>
ПК 3.1	<p>Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. 	<ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	<p>Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. 	<ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную 	<ul style="list-style-type: none"> -отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
Объем часов по дисциплине	104	52	52
в т.ч. в форме практической подготовки			
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	104	52	52
в том числе:			
лекционные занятия	24	12	12
лабораторные занятия			
практические занятия	80	40	40
курсовая работа (проект)			
Самостоятельная работа обучающихся			
Промежуточная аттестация в форме		Другая форма (контрольная работа)	Экзамен

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Семестр 3	52		52	12		40			
Раздел 1									
Тема 1.1. Введение. История рекламы	8		8	2		6			
Тема 1.2. Участники рекламного процесса.	8		8	2		6			
Тема 1.3. Рекламная коммуникация	8		8	2		6			
Тема 1.4. Классификация рекламы.	8		8	2		6			
Раздел 2. Основы брендинга.									
Тема 2.1. Нейминг. Товарный знак и знак обслуживания	10		10	2		8			
Тема 2.2. Архитектура бренда. Бренд-бук.	10		10	2		8			
Промежуточная аттестация			Другая форма (контрольная работа)						
Семестр 4	52		52	12		40			
Раздел 3. Рекламное планирование.									
Тема 3.1. Виды и содержание рекламного планирования	8		8	2		6			
Тема 3.2. Методы разработки рекламного бюджета	8		8	2		6			
Тема 3.3. Медиапланирование	8		8	2		6			
Тема 3.4. Оценка эффективности рекламы	8		8	2		6			
Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций.									
Тема 4.1. Основные понятия рынка маркетинговых коммуникаций	10		10	2		8			
Тема 4.2. Тенденции рынка маркетинговых коммуникаций	10		10	2		8			
Промежуточная аттестация			Экзамен						
Всего часов	104		104	24		80			

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1 Основы рекламы.		
Тема 1.1. Введение. История рекламы	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Дисциплина «Рекламная деятельность», ее связь с дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности. Общая характеристика компетенции «Реклама».</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
Тема 1.2. Участники рекламного процесса.	<p>Содержание учебного материала</p>	
	<p>Участники рекламной деятельности: рекламодатели, рекламные агентства, средства массовой информации, вспомогательные участники рекламной деятельности. Основные направления деятельности и функции. Классификация рекламных агентств по двум признакам: объему предоставляемых услуг и направлению бизнеса. Агентства с полным циклом услуг. Специализированные агентства. Креативные агентства. Персонал рекламных агентств. Объединения рекламных агентств, рекламодателей и рекламодателей в мире и в России. Органы регулирования и саморегулирования на российском рекламном рынке.</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
Тема 1.3. Рекламная коммуникация	<p>Содержание учебного материала</p>	
	<p>Понятие «коммуникация», ее участники, цели. Схема коммуникации. Естественные каналы коммуникации. Устная коммуникация. Искусственные каналы коммуникации. Документная коммуникация. Электронная коммуникация. Коммуникационные барьеры. СМИ в системе коммуникационных каналов. Мультимедийная коммуникационная культура. Рекламная коммуникация как сложный механизм взаимодействия рекламного сообщения и потребителя. Рекламная пирамида. Суггестия, вербальные и невербальные средства суггестии в</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	рекламе.	
Тема 1.4. Классификация рекламы.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Основа классификации рекламы - средства рекламы. Способы воздействия на потребителя. Каналы распространения рекламы. Классификация рекламы по средствам и по размещению. Основные виды рекламы: потребительская, профессиональная, торговая, финансовая, коллективная и совместная, «антиреклама». ATL, BTL, TTL.</p> <p>Виды рекламы и ее носители: печатная реклама, реклама в прессе, реклама на телевидении, реклама в кино, реклама в сети Internet, реклама на радио, наружная реклама, реклама на транспорте, организация рекламы в местах торговли, прямая почтовая реклама, рекламные сувениры. Телевизионная реклама, ее виды. Спонсорство на ТВ. Специфика каналов вещания. Основные показатели эффективности телевизионной рекламы.</p> <p>Классификация печатных изданий. Основные маркетинговые показатели печатных изданий. Реклама в гляцевых, еженедельных и ежедневных изданиях. Специализированная пресса. Региональная пресса. Корпоративные издания. Реклама на радио, ее виды. Основные показатели эффективности радиорекламы.</p> <p>Виды рекламы на транспорте. Водный, воздушный, наземный, подземный транспорт и реклама. Виды наружной рекламы.</p> <p>Виды Интернет-рекламы.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.</p> <p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.</p>
Раздел 2. Основы брендинга.		
Тема 2.1. Нейминг. Товарный знак и знак обслуживания.	<p>Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий</p> <p>Бренд-нейм. Основные критерии оценки имени бренда. Этапы нейминга. Инструменты тестирования имени бренда. Неймбук. Структура, назначение.</p> <p>Соотношение понятий “товарный знак”, “торговая марка”, “знак обслуживания”. Классификация.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	<p>Понятия бренда и брендинга. Общие и отличительные признаки торговой марки товарного знака и знака обслуживания. Дифференциация, ее необходимость в условиях конкуренции. Конкурентное различие и конкурентное совпадение. Преимущества бренда и брендинга.</p>	
<p>Тема 2.3. Архитектура бренда. Бренд-бук.</p>	<p>Пирамида бренда, структура и элементы рекламной кампании. Миф бренда. Эмоциональная нагрузка бренда, ее основные аспекты.</p> <p>Архитектура брендов. Выделение формулы бренда. Развитие бренда во времени. Три основные позиции выгод брендинга. Идеология бренда. Миссия, ценности, принципы бренда. Понятие бренд-имиджа, технология и этапы создания бренд-имиджа. Современная типология имиджа бренда. Взаимоотношения между атрибутами, выгодами и отношением потребителя. «Лицо», персонаж бренда. Объемные и звуковые атрибуты имиджа бренда.</p> <p>Бренд-бук, его назначение. Структура и основные элементы бренд-бука. Принципы составления бренд-бука. Практические аспекты бренд-бука.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.</p>
<p>4 семестр</p>		
<p>Раздел 3. Рекламное планирование.</p>		
<p>Тема 3.1. Виды и содержание рекламного планирования</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Уровни планирования рекламы. Структура рекламного планирования. Понятие рекламной стратегии. Элементы рекламной стратегии.</p> <p>Понятие творческой рекламной стратегии. Основные типы творческих рекламных стратегий. Рационалистические и проекционные (трансформационные) стратегии: их достоинства, недостатки, критерии эффективности.</p> <p>Комплекс мероприятий рекламной кампании. Рекламная кампания и кампания маркетинговых</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	<p>коммуникаций.</p> <p>Классификация типов рекламных кампаний с учетом стандартов компетенции «Реклама».</p>	
<p>Тема 3.2. Методы разработки рекламного бюджета</p>	<p>Основные методы разработки рекламного бюджета, их особенности и принципы разработки с учетом стандартов компетенции «Реклама».</p> <p>Разработка бюджета исходя из наличия денежных средств. Разработка рекламного бюджета на основе планирования затрат.</p> <p>Метод исчисления в процентах к сумме продаж. Метод конкурентного паритета. Метод технического бюджета.</p> <p>Технология расчета бюджета методом «Цели – задачи». Рекламный бюджет, необходимый для достижения доли рынка.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.</p>
<p>Тема 3.3. Медиапланирование</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Термин «Медиапланирование», его сущность. Типы решений медиапланирования.</p> <p>Место медиапланирования в структуре мероприятий рекламной кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама».</p> <p>Основные показатели медиапланирования.</p> <p>Медиаплан.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.</p>
<p>Тема 3.4. Оценка эффективности рекламы</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Многозначность понятия “эффективность рекламы”. Эффективность рекламной деятельности, эффективность рекламной кампании, эффективность рекламного сообщения с учетом стандартов компетенции «Реклама».</p> <p>Понятие коммерческой и коммуникативной эффективности рекламы. Экономический эффект, информационный эффект, психологический эффект, социальный эффект.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	Современные критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения.	
Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций.		
Тема 4.1. Основные понятия рынка маркетинговых коммуникаций	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Понятия «рекламный рынок» и «рынок маркетинговых коммуникаций». Участники рынка маркетинговых коммуникаций. Формы связи участников рынка маркетинговых коммуникаций. Основные отличия рынка рекламных услуг от традиционного рынка товаров. База для разработки плана рекламного маркетинга предприятия. Структура рынка маркетинговых коммуникаций.</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
Тема 4.2. Тенденции рынка маркетинговых коммуникаций	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Качественные параметры и характеристики, характеризующие рынок маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Участники рынка маркетинговых коммуникаций. Формы связи участников рынка маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Цели и задачи исследования рынка маркетинговых коммуникаций. Семь типичных направлений исследования.</p> <p>Анализ рынка маркетинговых коммуникаций России. Проблематика Российского рынка маркетинговых коммуникаций.</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Дизайна и макетирования рекламной продукции, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Кольшкіна, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшкіна, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/545458> (дата обращения: 21.02.2024).
3. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/545354> (дата обращения: 21.02.2024).
4. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/516114> (дата обращения: 21.02.2024).
5. Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд.,

перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/544660> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/511938> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/545416> (дата обращения: 21.02.2024).
3. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18702-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/545398> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

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

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Знать:</p> <p>1 актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>структуру плана для решения задач</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p> <p>2 номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых</p>	<p>Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала</p>	<p>Текущий контроль при проведении:</p> <p>-письменного, устного опроса</p> <p>-тестирование</p>
	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы;</p> <p>аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни</p>	<p>Подготовка докладов, рефератов, эссе</p>
	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, соответствие общим требованиям написания и техническим требованиям оформления индивидуального/группового доклада, грамотность изложения материала, наличие четкой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники, разные точки зрения, проект представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала</p>	<p>Подготовка и защита индивидуальных и групповых докладов</p>
	<p>Промежуточная аттестация в 3 семестре в форме - Другая форма (контрольная работа)</p> <p>В 4 семестре в форме- Экзамен</p>	<p>Другая форма (контрольная работа)</p> <p>Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>средств содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес- планов порядок выстраивания презентации психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной</p>		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>направленности</p> <ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. 		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь:</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части</p>	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы (семинарские занятия)</p>
<p>определять этапы решения задачи</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p> <p>составлять план действия</p> <p>определять необходимые ресурсы</p>	<p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p>	<p>Деловая игра (урок-дебаты)</p>
<p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>реализовывать составленный план</p>	<p>Промежуточная аттестация в 3 семестре в форме - Другая форма (контрольная работа)</p> <p>В 4 семестре - Экзамен</p>	<p>Другая форма (контрольная работа)</p> <p>Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной</p>		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<ul style="list-style-type: none"> - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<ul style="list-style-type: none"> - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. 		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



Директор Колледжа РГСУ

А.В. Косоплечев

«18» марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.05 Психология рекламы

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

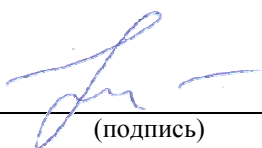
Рабочая программа дисциплины ОП.05 Психология рекламы разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	7
2.2. Тематический план дисциплины.....	8
2.3. Содержание дисциплины.....	9
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	12
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	12
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	18

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина *Психология рекламы* входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и	организовывать работу коллектива и команды	психологические основы

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	работать в коллективе и команде;	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ПК 2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	<ul style="list-style-type: none"> - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; 	<ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<ul style="list-style-type: none"> - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. 	<ul style="list-style-type: none"> коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	<ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>поставленных целей и задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий 	<p>носителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
Объем часов по дисциплине		
в т.ч. в форме практической подготовки		38
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем		38
в том числе:		
лекционные занятия		18

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
практические занятия		20
Промежуточная аттестация в форме		Экзамен

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Семестр 1	38		38	18		20			
Раздел 1. Введение									
Тема 1. Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	4		4	2		2			
Раздел 2. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина									
Тема 2.1. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	4		4	2		2			
Тема 2.2. Рекламная деятельность как психотехнология	4		4	2		2			
Раздел 3. Роль психических процессов в формировании рекламных образов									
Тема 3.1. Когнитивные аспекты рекламного воздействия	6		6	2		4			
Тема 3.2. Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	4		4	2		2			
Тема 3.3. Поведенческие аспекты рекламного воздействия	4		4	2		2			
Раздел 4. Мотивационно-потребностная сфера личности									
Тема 4.1. Психология мотивации в рекламе	4		4	2		2			
Тема 4.2. Мотивационные факторы целевого поведения	8		8	4		4			
Промежуточная аттестация						Экзамен			
Всего часов	38		38	18		20			

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1. Введение		
Тема 1. Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	Содержание учебного материала Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы». Роль психологических знаний в организации рекламной деятельности.	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
Раздел 2. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина		
Тема 2.1. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	Содержание учебного материала Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина. Предмет психологии рекламы и её основная теоретическая проблема. Современный этап развития психологии рекламы в России и за рубежом. История развития психологии рекламы	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
Тема 2.2. Рекламная деятельность как психотехнология	Содержание учебного материала Психологическая структура рекламного процесса. Классификация психических явлений в рекламном процессе. Психотехнология рекламной стратегии. Психологическое содержание этапов рекламной кампании. Обратная связь как критерий социально-психологической эффективности рекламной деятельности	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
Раздел 3. Роль психических процессов в формировании рекламных образов		
Тема 3.1. Когнитивные аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала Когнитивные аспекты рекламного воздействия Ощущения в рекламе. Определение понятия «ощущения». Виды ощущения. Свойства ощущения. Ощущение в процессе восприятия рекламы. Явление синестезии и сенсбилизации Восприятие в рекламе. Определение понятия «восприятие». Виды и свойства восприятия. Восприятие цвета, формы, глубины, пространства, времени Рекламный образ. Внимание, память, мышление в рекламе	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
	Практические занятия	
	Психология формы. «Законы гештальта» в	ОК 01.; ОК 04.;

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	<p>восприятии рекламного продукта. Модели восприятия рекламы. Психология рекламной формы. Законы рекламной композиции.</p> <p>Психология цвета и света в рекламе. Функции цвета и света. Психофизиологический механизм восприятия цвета. Социально-культурные ассоциации. Применение цвета и света в рекламе. Правила и ограничения применения цвета и света в рекламе.</p> <p>Moodboard как инструмент коммуникации. Коллаж. Создание Moodboarda</p>	<p>ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.</p>
<p>Тема 3.2. Эмоциональные аспекты рекламного воздействия</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Эмоциональные аспекты рекламного воздействия. Теории эмоций: психодинамическая, информационная. Организация эмоционального восприятия рекламы. Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения. Рационально-эмоциональный баланс рекламного сообщения Своеобразие рассмотрения личности в общей психологии</p> <p>В том числе практических Исследование динамики эмоционального отношения российских потребителей в реклама</p> <p>Влияние эмоций на восприятие рекламного сообщения. Эмоциональный образ в рекламном сообщении</p>	<p>ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.</p>
<p>Тема 3.3. Поведенческие аспекты рекламного воздействия</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Поведенческие аспекты рекламного воздействия</p>	<p>ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.</p>
<p>Раздел 4. Мотивационно-потребностная сфера личности</p>		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
<p>Тема 4.1. Психология мотивации в рекламе</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Психология мотивации в рекламе. Потребности, мотивы, интересы потребителя рекламы. Принятие решения потребителем и реклама. Квазипотребности.</p> <p>В том числе практических и лабораторных занятий</p> <p>Мотивация потребителя Мотив и мотивация. Теории потребностей в отечественной и зарубежной психологии</p>	<p>ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.</p>
<p>Тема 4.2. Мотивационные факторы целевого поведения</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Мотивационные состояния. Иррациональность потребительского поведения. Навязчивые мотивационные состояния. Риск в принятии потребительских решений. Профили потребительских реакций. Управляемые мотивационные состояния: внушенные установки, убеждения, готовность к подражанию, научению, заражению.</p> <p>В том числе практических Психографические критерии. Составление портрета потребителя</p> <p>Модель VALS (Value and lifestyle – ценности и типы образа жизни). Особенности методики.</p> <p>Психограммы поколений. Психографическое моделирование для определенного сегмента целевой аудитории</p> <p>Карта эмпатии, как инструмент визуализации эмоций, мыслей и действий потенциального или реального клиента</p>	<p>ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 1.3.; ПК 2.1.; ПК 2.2.</p>

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет психологии в рекламе, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545416> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Собольников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18789-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545783> (дата обращения: 14.03.2024).

Интернет-ресурсы:

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

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах	Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала	Текущий контроль при проведении: -письменного, устного опроса -тестирование
	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни	Подготовка докладов, рефератов, эссе
	Актуальность темы, соответствие	Подготовка и защита

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>структуру плана для решения задач</p> <p>порядок оценки результатов решения задач</p> <p>профессиональной деятельности</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p>	<p>содержания заявленной теме, соответствие общим требованиям написания и техническим требованиям оформления</p> <p>индивидуальной/групповой работы, грамотность изложения материала, наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники, разные точки зрения, проект представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала</p>	<p>индивидуальных и групповых работ</p>
<ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы 	<p>Промежуточная аттестация в форме - Экзамен</p>	<p>Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>функционирования современных социальных медиа;</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей. - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании 		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными 	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы (семинарские занятия)</p>
	<p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p>	<p>Деловая игра (урок-дебаты)</p>
	<p>Промежуточная аттестация в</p>	<p>Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>методами работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>реализовывать составленный план</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения -Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач -Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика 	<p>форме – Экзамен</p>	

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>при планировании РК;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий 		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**



УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа РГСУ

А.В. Косоплечев

«3» марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.06 Русский язык и культура речи**

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
42.02.01 Реклама**

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

**Форма обучения
Очная**

Москва, 2024 г.

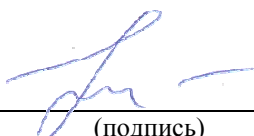
Рабочая программа дисциплины ОП.06 Русский язык и культура речи разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	7
2.2. Тематический план дисциплины.....	8
2.3. Содержание дисциплины.....	9
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	14
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	14
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	23

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина Русский язык и культура речи входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия</p>	<p>описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов</p> <p>профессиональной направленности</p>
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети 	<ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК.	
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления 	<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>воздействия рекламной кампании на ЦА;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. 	<p>пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;</p> <ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
Объем часов по дисциплине	76	38	38
в т.ч. в форме практической подготовки			
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	76	38	38
в том числе:			
лекционные занятия	36	18	18
практические занятия	40	20	20
Промежуточная аттестация в форме		Другая форма	Зачет

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
		(Контрольная работа)	

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Семестр 3	38		36	18		20			
Раздел 1. Цели и задачи изучения дисциплины, связь с другими дисциплинами.									
Тема 1. Язык и речь.	6		6	2		4			
Раздел 2. Текст и его структура.									
Тема 2. Текст и его структура	8		8	4		4			
Раздел 3. Функциональные стили литературного языка.									
Тема 3. Функциональные стили литературного языка.	8		8	4		4			
Раздел 4. Лексика и лексикология. Фразеология.									
Тема 4. Лексика и лексикология. Фразеология.	8		8	4		4			
Раздел 5. Фонетика и орфоэпия.									
Тема 5. Фонетика и орфоэпия	8		8	4		4			
Промежуточная аттестация									
				Другая форма (Контрольная работа)					
Семестр 4	38		38	18		20			
Раздел 6. Морфемика. Словообразование.									
Тема 6. Словообразование.	10		10	6		4			
Тема 7. Орфография. Морфология.									
Тема 7. Орфография. Морфология.	8		8	4		4			
Раздел 8. Синтаксис. Основные									

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
синтаксические единицы: словосочетание, предложение.								
Тема 8. Синтаксис.	10		10	4		6		
Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве.								
Тема 9 Риторика	10		10	4		6		
Промежуточная аттестация			Зачет					
Всего часов	76		76	36		40		

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ.	Содержание учебного материала	
Тема 1.1 Язык и речь.	Язык и речь. Функции языка. Основные единицы языка. Понятие о литературном языке. Формы литературного языка. Понятие о языковой норме. Типы нормы. Словари русского языка.	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
	Понятие культуры речи, качества хорошей речи (богатство словарного запаса, правильность, точность, выразительность, чистота, уместность употребления языковых средств). Культура речи в рекламе.	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Написание эссе «Как язык и речь характеризуют самого человека?» «Особенности речи	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.;

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	специалиста по рекламе». Анализ устных выступлений и письменной речи с точки зрения некоторых аспектов правильности речи. Анализ рекламных текстов.	ПК 4.3.
РАЗДЕЛ 2. ТЕКСТ И ЕГО СТРУКТУРА.	Содержание учебного материала	
Тема 2.1 Текст и его структура	Основные признаки текста. Текст и его структура. Типы текста.	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Развитие речи. Создание текстов разных типов. Создание слоганов и рекламных текстов, работа в группах.	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
РАЗДЕЛ 3. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТИЛИ ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА. Тема 3.1 Функциональные стили литературного языка.	Содержание учебного материала Характеристика стилей устной и письменной речи. Сфера употребления функциональных стилей. Выявление особенностей художественного, публицистического и научного текстов, использование этих особенностей в создании рекламы. Разговорный стиль в рекламе.	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Официально-деловой стиль речи. Оформление деловых бумаг: заявление, служебная записка, объяснительная записка, расписка. Деловая игра «Прием на работу специалиста по рекламе», «В рекламном агентстве». Определение стиля текста. Анализ стилевых особенностей текста.	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
РАЗДЕЛ 4. ЛЕКСИКА И ЛЕКСИКОЛОГИЯ. ФРАЗЕОЛОГИЯ.		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
<p>Тема 4.1 Лексика и лексикология. Фразеология.</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Лексикология и фразеология. Изобразительно - выразительные возможности лексики и фразеологии в рекламе.</p> <p>В том числе практических и лабораторных занятий</p> <p>Лексические и фразеологические ошибки. Их исправление.</p> <p>Составление рекламных слоганов. Групповая работа.</p>	<p>ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.</p>
<p>РАЗДЕЛ 5. ФОНЕТИКА И ОРФОЭПИЯ.</p>		
<p>Тема 5.1. Фонетика и орфоэпия.</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Звуки речи. Орфоэпические нормы. Фонетические средства речевой выразительности.</p> <p>Особенности фонетики рекламного текста: аллитерации, созвучия и рифма, ритм, преднамеренные орфографические ошибки. Выявление закономерностей функционирования фонетической системы языка в образцах устной и письменной речи профессиональной направленности. Трудные случаи орфоэпии. Работа с текстами.</p>	<p>ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.</p>
	<p>В том числе практических и лабораторных занятий</p> <p>Анализ поэтических текстов с точки зрения использования средств звуковой выразительности.</p>	<p>ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
РАЗДЕЛ 6. МОРФЕМИКА. СЛОВООБРАЗОВАНИЕ.		
Тема 6.1 Словообразование.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Состав слова. Способы словообразования.</p> <p>Определение способов словообразования предложенных слов. Выявление словообразовательных и формообразовательных ошибок.</p>	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
	<p>В том числе практических и лабораторных занятий</p> <p>Необычные случаи словообразования в рекламе. Составление слоганов, реклама товаров.</p> <p>Деловая игра «Заказчик и исполнитель»</p>	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
РАЗДЕЛ 7. ОРФОГРАФИЯ. МОРФОЛОГИЯ.		
Тема 7.1 Орфография. Морфология.	<p>Принципы русской орфографии. Нормы правописания различных орфограмм. Части речи. Имя существительное. Нормативное употребление имени существительного. Имя прилагательное. Нормативное употребление имени прилагательного. Имя числительное. Местоимение. Глагол и глагольные формы. Нормативность употребления. Работа с текстами. Нормы употребления служебных частей речи. Работа с текстами. Работа по составлению рекламных текстов, используя описательный потенциал прилагательных. Числительные и единицы измерения в профессиональной деятельности. Составление прайса (прейскуранта цен) услуг рекламного</p>	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	агентства с использованием составных и сложных числительных. Исправление в предложенных текстах речевых ошибок, связанных с ненормативным употреблением самостоятельных и служебных частей речи.	
РАЗДЕЛ 8. СИНТАКСИС. ОСНОВНЫЕ СИНТАКСИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ: СЛОВСОЧЕТАНИЕ, ПРЕДЛОЖЕНИЕ.		ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
Тема 8.1 Синтаксис.	Словосочетание. Строение и употребление. Простое предложение. Строение, употребление. Сложное предложение. Виды. Структура. Знаки препинания. Выразительные возможности русского синтаксиса. Исправление в предложенных текстах ошибок, связанных с согласованием, управлением, порядком слов. Редакционная правка текста. Исправление лексических недочетов, ненормативного употребления частей речи, нарушение синтаксических норм. Групповая работа.	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
РАЗДЕЛ 9. РИТОРИКА – НАУКА ОБ ОРАТОРСКОМ ИСКУССТВЕ.		
Тема 9.1 Риторика	Содержание учебного материала Деловая игра «Духовно-нравственные основы ораторской речи».	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 4.3.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет социально-экономических дисциплин, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Голубева ; под редакцией А. В. Голубевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7623-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/535492> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Русский язык и культура речи. Семнадцать практических занятий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Гананольская [и др.] ; под редакцией Е. В. Гананольской, Т. Ю. Волошиновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12286-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/541479> (дата обращения: 21.02.2024).
3. Русский язык и культура речи : учебник для среднего профессионального образования / Г. Я. Солганик, Т. И. Сурикова, Н. И. Клушина, И. В. Анненкова ; под редакцией Г. Я. Солганика. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 239 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03835-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536627> (дата обращения: 12.03.2024).
4. Самсонов, Н. Б. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Б. Самсонов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 228 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-

17399-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538093> (дата обращения: 14.03.2024).

5. Лобачева, Н. А. Русский язык. Лексикология. Фразеология. Лексикография. Фонетика. Орфоэпия. Графика. Орфография : учебник для среднего профессионального образования / Н. А. Лобачева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 230 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12294-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538521> (дата обращения: 12.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк, А. И. Дунев, В. А. Ефремов, Е. В. Сергеева ; под общей редакцией В. Д. Черняк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 389 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00832-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/538050> (дата обращения: 21.02.2024).

2. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь : учебно-практическое пособие для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк [и др.] ; под общей редакцией В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 525 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03886-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/536765> (дата обращения: 21.02.2024).

3. Бортников, В. И. Русский язык и культура речи. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Бортников, Ю. Б. Пикулева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 95 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07648-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/494113> (дата обращения: 21.02.2024).

4. Титов, О. А. Русский язык и культура речи. Практикум по орфографии : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. А. Титов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 129 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16254-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/539510> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная	Электронно-библиотечная система для ВУЗов,	https://urait.ru/

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
	платформа Юрайт	ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Знать:</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p> <p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов профессиональной</p>	<p>Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала</p>	<p>Текущий контроль при проведении: -письменного, устного опроса -тестирование</p>
	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни</p>	<p>Подготовка докладов, рефератов, эссе</p>
	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, соответствие общим требованиям написания и техническим требованиям оформления индивидуального/группового проекта, грамотность изложения материала, наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно</p>	<p>Подготовка и защита индивидуальных и групповых проектов</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>направленности</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; 	<p>отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники, разные точки зрения, проект представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему. <ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий 	<p>Промежуточная аттестация в форме - Другая форма (Контрольная работа), зачет</p>	<p>Другая форма (Контрольная работа), зачет</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>заказчика при разработке рекламных носителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов. 		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь:</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы (семинарские занятия)</p>
<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p> <p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p>	<p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p>	<p>Деловая игра (урок-дебаты)</p>
<p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия</p> <p>- использовать специальные</p>	<p>Промежуточная аттестация в форме - Другая форма (Контрольная работа), зачет</p>	<p>Другая форма (Контрольная работа), зачет</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<ul style="list-style-type: none"> - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<ul style="list-style-type: none"> - учитывать мнение заказчика при планировании РК. - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>иных сообщений для размещения в социальных медиа;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. 		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**



Директор Колледжа РГСУ

А. В. Косоплечев

« » марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 Рисунок с основами перспективы

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

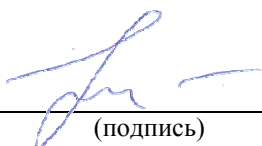
Рабочая программа дисциплины ОП.07 Рисунок с основами перспективы разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	7
2.2. Тематический план дисциплины.....	7
2.3. Содержание дисциплины.....	8
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	11
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	11
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	17

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина *Рисунок с основами перспективы* входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
			результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
			деятельности
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. 	<ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
Объем часов по дисциплине	126	62	64
в т.ч. в форме практической подготовки			
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	126	62	64
в том числе:			
лекционные занятия	20	10	10
практические занятия	106	52	54
Самостоятельная работа обучающихся			
Промежуточная аттестация в форме		Другая форма контроля (контрольная работа)	Зачет с оценкой

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Семестр 3	62		62	10		52		
Раздел 1 Рисунок, как основа всех видов изобразительного искусства.								
Тема 1.1. Виды перспективы	12		12	2		10		
Тема 1.2. Фронтальная и угловая перспектива	12		12	2		10		
Раздел 2. Рисунок натюрморта								
Тема 2.1. Натюрморт из 2-3 простых геометрических предметов	12		12	2		10		
Тема 2.2. Натюрморт из предметов быта близких по форме к геометрическим телам	12		12	2		10		

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
шаровидной формы								
Тема 2.3. Рисунок натюрморта в графической технике	14		14	2		12		
Промежуточная аттестация			Другая форма контроля (контрольная работа)					
Семестр 4	64		64	10		54		
Раздел 3 Рисунок человека, отдельных фрагментов человека								
Тема 3.1.Выполнение зарисовок гипсовых слепков головы.	12		12	2		10		
Тема 3.2. Рисование рук и кисти.	12		12	2		10		
Тема 3.3. Рисование ног и ступни.	12		12	2		10		
Тема 3.4. Пропорции фигуры человека	12		12	2		10		
Тема 3.5. Зарисовки фигуры человека в одежде в графической технике.	16		16	2		14		
Промежуточная аттестация			Зачет с оценкой					
Всего часов	126		126	20		106		

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1. Рисунок, как основа всех видов изобразительного искусства.		ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 1.1. Введение	Рисунок-основа всех видов изобразительного искусства. Цель и задачи дисциплины, ее связь с другими художественными дисциплинами учебного плана. Значения рисунка для будущей специальности студентов. Материалы и техника рисунка. Линия-способ выражения пластических качеств натуры. Упражнение на передачу различного характера линий	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	<p>Практические занятия</p> <p>Упражнение на передачу различного характера линий</p>	
Тема 1.2 Виды перспективы	<p>Виды перспективы. Линейная. Тональная. Световоздушная. Основные методы построения пространства на плоскости. Обоснование законов линейной перспективы. Картинная плоскость. Горизонт. Главная точка схода. Рисунок плоских фигур в перспективе (круг, квадрат...) Рисунок объемных тел в перспективе (цилиндр, конус, шар, пирамида, призма и т.д.)</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>
	<p>Практические занятия</p> <p>Рисунок плоских фигур в перспективе</p> <p>Рисунок геометрических тел в перспективе</p> <p>Рисунок объемных тел в перспективе (цилиндр, конус, шар, пирамида, призма и т.д.)</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>
Тема 1.3. Фронтальная и угловая перспектива		
	<p>Фронтальная и угловая перспектива</p> <p>Практические занятия</p> <p>Рисунок предметов мебели во фронтальной перспективе.</p> <p>Рисунок предметов мебели в угловой перспективе.</p> <p>Рисунок пространства улицы</p> <p>Зарисовка пространства с мебелью комнаты</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>
Раздел 2. Рисунок натюрморта		
Тема 2.1 Натюрморт из 2-3 простых геометрических предметов	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Линейно-конструктивное построение. Светотеневая моделировка. Композиция. Перспектива. Тональное Решение</p> <p>Практические занятия</p> <p>Рисунок натюрморта из геометрических тел.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>
Тема 2.2 Натюрморт из предметов быта близких по форме к геометрическим телам шаровидной формы	<p>Линейно-конструктивное построение шаровидных тел. Светотеневая моделировка шаровидных тел. Композиция. Перспектива. Тональное решение.</p> <p>Практическое занятие.</p> <p>Рисунок натюрморта из предметов быта близких по форме к геометрическим телам шаровидной</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	формы.	
Тема 2.3. Рисунок натюрморта в графической технике	<p>Виды графики. Графические приемы.</p> <p>Практическое упражнение по передаче графической текстуры</p> <p>Рисунок натюрморта в графической технике</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Раздел 3 Рисунок человека, отдельных фрагментов человека		
Тема 3.1.Выполнение зарисовок гипсовых слепков головы.	<p>Классические пропорции головы человека. Характерные формы частей лица человека. Выполнение отдельных зарисовок гипсовых моделей лица.</p> <p>Практическая работа</p> <p>Зарисовка гипсовых моделей частей лица (ухо, нос, глаза...)</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 3.2. Рисование рук и кисти.	<p>Классические пропорции рук человека. Характерные формы рук человека. Выполнение отдельных зарисовок гипсовых моделей кисти, руки.</p> <p>Практическая работа</p> <p>Зарисовка гипсовых моделей рук.(рука, кисть, пальцы...)</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 3.3. Рисование ног и ступни.	<p>Классические пропорции ног человека. Характерные формы частей ног человека. Выполнение отдельных зарисовок гипсовых моделей ног.</p> <p>Практическая работа</p> <p>Зарисовка гипсовыхмоделей (нога, ступня...).</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Тема 3.4. Пропорции фигуры человека	<p>Пропорции фигуры человека. Закономерности изменения горизонтальных величин фигуры человека в поворотах и движениях, в повороте на $\frac{3}{4}$.</p> <p>Практическая работа</p> <p>Зарисовка фигуры человека</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 3.5. Зарисовки фигуры человека в одежде в графической технике.	<p>Фигура человека. Особенности анатомического строения. Анализ движения и передача объемной формы. Фигура человека в пространстве. Большие тоновые отношения. Выявление большой формы.</p> <p>Практическая работа</p> <p>Рисунок фигуры человека</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет рисунка и живописи в рекламе, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/542206> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Дубровин, В. М. Основы изобразительного искусства : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. М. Дубровин ; под научной редакцией В. В. Корешкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 360 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11430-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/518306> (дата обращения: 21.02.2024).
3. Барышников, А. П. Перспектива : учебник / А. П. Барышников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 178 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12052-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/543008> (дата обращения: 21.02.2024).
4. 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, 2024. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/541560> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

5. Киплик, Д. И. Техника живописи : учебник для среднего профессионального образования / Д. И. Киплик. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09962-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/541357> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к	https://urait.ru/

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
		учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	https://dlib.eastview.com
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования	Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала	Текущий контроль при проведении: -письменного, устного опроса -тестирование
	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни	Подготовка докладов, рефератов, эссе
	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, , наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники, разные точки зрения, проект представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный	

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.</p>	<p>анализ найденного материала Промежуточная аттестация в 3 семестре в форме - Другая форма контроля (контрольная работа) Промежуточная аттестация в 4 семестре в форме - Зачет с оценкой</p>	<p>Другая форма контроля (контрольная работа) Зачет с оценкой</p>
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или</p>	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе.</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части	занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать	
определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы	Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности	
владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных	Промежуточная аттестация в 3 семестре в форме - Другая форма контроля (контрольная работа) Промежуточная аттестация в 4 семестре в форме - Зачет с оценкой	Другая форма контроля (контрольная работа) Зачет с оценкой

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>задач</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. 		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



Директор Колледжа РГСУ

А.В. Косоплечев

18 марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.08 Живопись с основами цветоведения**

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
42.02.01 Реклама**

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

**Форма обучения
Очная**

Москва, 2024 г.

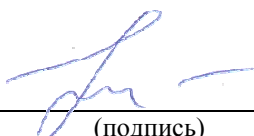
Рабочая программа дисциплины ОП.08 Живопись с основами цветоведения разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	7
2.2. Тематический план дисциплины.....	7
2.3. Содержание дисциплины.....	9
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	13
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	14
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	20

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина Живопись с основами цветоведения входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные	определять задачи для	номенклатура

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	<p>средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>	<p>информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>
ОК 03	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p>	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>	<p>грамотности</p> <p>правила разработки бизнес-планов</p> <p>порядок выстраивания презентации</p>
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p>
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. 	<ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
			воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	- отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
Объем часов по дисциплине	100	100
в т.ч. в форме практической подготовки		
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	100	100
в том числе:		
лекционные занятия	32	32
практические занятия	68	68
Самостоятельная работа обучающихся		
Промежуточная аттестация в форме		Зачет

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Семестр 4	100		100	32		68			
Раздел 1 Введение в дисциплину									
Тема 1.1. Цветоведение	6		6	2		4			
Раздел 2. Основы колорита в живописи									
Тема 2.1. Колорит в живописи	6		6	2		4			
Тема 2.2. Передача свето-воздушной среды.	8		8	2		6			
Тема 2.3 Колористическое решение натюрморта. Тёплая гамма	8		8	2		6			
Тема 2.4 Декоративная интерпретация натюрморта	8		8	2		6			
Тема 2.5. Колористическое решение натюрморта. Холодная гамма	8		8	2		6			
Тема 2.6 Натюрморт из предметов быта контрастных по цвету	8		8	2		6			
Тема 2.7 Пространственное решение предметов в среде	8		8	2		6			
Тема 2.8 Прописка падающих и собственных теней	10		10	4		6			
Тема 2.9 Передача материальности	10		10	4		6			

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
Тема 2.10 Декоративная интерпретация натюрморта Составление цветовой палитры.	10		10	4		6		
Тема 2.11 Натюрморт из предметов различных по материалу.	10		10	4		6		
Промежуточная аттестация			Зачет					
Всего часов	100		100	32		68		

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1 Введение в дисциплину		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 1.1 Цветоведение	Назначение учебной дисциплины «Живопись с основами цветоведения». Основные понятия о цвете. Гармония цвета. Цветовой круг Цветовые контрасты. Контрасты дополнительных цветов Основные материалы и техники работы с акварельными и гуашевыми красками Определение понятий «этюд», «основные	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2. ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	цвета», «станковая живопись», «локальный цвет». Выполнить акварелью ровные заливки прямоугольников с переходом от тёплого цвета к холодному	
Раздел 2 Основы колорита в живописи		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 2.1 Колорит в живописи	Колорит в живописи Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов овощей и фруктов	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 2.2 Передача свето-воздушной среды.	Передача свето-воздушной среды. Тональное решение Компоновка предметов в листе. Определение пропорций. Конструктивное построение предметов. Разбор предметов по тону. Прописка теней. Лепка формы тоном.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 2.3 Колористическое решение натюрморта. Тёплая гамма	Колористическое решение натюрморта. Тёплая гамма. Компоновка предметов в листе. Определение пропорций. Натюрморт из предметов быта в «теплой» гамме.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 2.4 Декоративная интерпретация натюрморта	Содержание учебного материала Приёмы стилизации формы. Плоскостное решение Перенос рисунка натюрморта на кальку. Составление цветовой палитры. Стилизация предметов. Плоскостное решение натюрморта.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	<p>Декоративное решение натюрморта.</p> <p>Нанесение падающих теней, подчеркивание контура.</p> <p>Ритмическое расположение цветowych пятен</p> <p>Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Декоративное решение натюрмортов</p>	
<p>Тема 2.5</p> <p>Колористическое решение натюрморта.</p> <p>Холодная гамма</p>	<p>Колористическое решение натюрморта.</p> <p>Холодная гамма</p> <p>Рисунок натюрморта и построение в листе.</p> <p>Прописка падающих и собственных теней.</p> <p>Передача материальности.</p> <p>Лепка формы цветом</p> <p>Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов в холодной гамме.</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.;</p> <p>ОК 03.; ОК 04.;</p> <p>ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>
<p>Тема 2.6</p> <p>Натюрморт из предметов</p> <p>быта контрастных по цвету</p>	<p>Натюрморт из предметов быта контрастных по цвету</p> <p>Компоновка в листе. Определение пропорций</p> <p>Создание живописно-контрастной среды.</p> <p>Передача плановости цвето-воздушной среды</p> <p>Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов контрастных по цвету</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.;</p> <p>ОК 03.; ОК 04.;</p> <p>ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>
<p>Тема 2.7</p> <p>Пространственное решение предметов в среде</p>	<p>Рисунок натюрморта, построение</p> <p>Большие цветовые отношения</p> <p>Лепка формы цветом</p> <p>Пространственное решение предметов в среде</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.;</p> <p>ОК 03.; ОК 04.;</p> <p>ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	<p>Работа с опорным конспектом, учебной литературой.</p> <p>Выполнение рисунков розеток. Конструктивное решение. Натюрморт из предметов с включением орнаментальной драпировки</p>	
Тема 2.8 Прописка падающих и собственных теней	<p>Рисунок натюрморта, построение.</p> <p>Уточнение пропорций, подготовка к живописи.</p> <p>Большие цветовые отношения.</p> <p>Прописка падающих и собственных теней.</p> <p>Лепка формы цветом.</p> <p>Передача материальности.</p> <p>Обобщение форм лессировками.</p> <p>Натюрморт из предметов с включением орнаментальной драпировки.</p> <p>Этюды предметов на орнаментальных драпировках.</p>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 2.9 Передача материальности	<p>Натюрморт из предметов искусства с гипсовым орнаментом.</p> <p>Компоновка в листе. Определение пропорций.</p> <p>Уточнение пропорций, подготовка к живописи.</p> <p>Большие цветовые отношения.</p> <p>Прописка падающих и собственных теней.</p> <p>Лепка формы цветом.</p> <p>Передача материальности.</p> <p>Обобщение форм лессировками.</p> <p>Работа с опорным конспектом, учебной.литературой. Выполнение этюдов с гипсовыми предметами (розетки, капитель)</p>	
Тема 2.10	Декоративное решение натюрморта.	ОК 01.; ОК 02.;

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
<p>Декоративная интерпретация натюрморта</p> <p>Составление цветовой палитры.</p>	<p>Перенос рисунка натюрморта на кальку.</p> <p>Составление цветовой палитры.</p> <p>Стилизация предметов. Плоскостное решение натюрморта.</p> <p>Нанесение падающих теней, подчеркивание контура.</p> <p>Ритмическое расположение цветowych пятен.</p> <p>Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Декоративное решение натюрмортов.</p>	<p>ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>
<p>Тема 2.11</p> <p>Натюрморт из предметов различных по материалу</p>	<p>Натюрморт из предметов различных по материалу.</p> <p>Компоновка в листе. Определение пропорций</p> <p>Уточнение пропорций, подготовка к живописи</p> <p>Большие цветовые отношения.</p> <p>Прописка падающих и собственных теней.</p> <p>Лепка формы цветом.</p> <p>Передача материальности.</p> <p>Обобщение форм лессировками.</p> <p>Работа с опорным конспектом, учебной литературой. Выполнение этюдов с предметами разных по материальности.</p> <p>(стекло, металл, дерево и др.)</p> <p>По теме: Этюд предметов разных по материалу (стекло, металл)</p>	<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 4.1.; ПК 4.2.</p>

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет основ композиции в рекламе: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Лютов, В. П. Цветоведение и основы колориметрии : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Лютов, П. А. Четверкин, Г. Ю. Головастики. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07008-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539898> (дата обращения: 20.02.2024).
2. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542206> (дата обращения: 20.02.2024).
3. Хворостов, А. С. Живопись. Пейзаж : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. С. Хворостов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 169 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12013-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/541941> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Рерберг, Ф. И. Художник о красках / Ф. И. Рерберг. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 210 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12644-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/543333> (дата обращения: 21.02.2024).

2. Киплик, Д. И. Техника живописи : учебник для среднего профессионального образования / Д. И. Киплик. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09962-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/541357> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

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

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ	Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала	Текущий контроль при проведении: - Практические графические работы Контрольные работы
	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным	Подготовка докладов, рефератов, эссе

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p>	<p>использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни</p> <p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, грамотность изложения материала, наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, разные точки зрения</p>	
<p>приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов</p>	<p>Промежуточная аттестация в форме - зачет</p>	

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>порядок выстраивания презентации</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании 		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь:</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части</p>	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы</p>
<p>определять этапы решения задачи</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p>	<p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и</p>	

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. <p>-Разрабатывать творческие</p>	<p>отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p> <p>Промежуточная аттестация в форме - зачет</p>	<p>Зачет</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. 		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



Директор Колледжа РГСУ

А.Б. Косоплечев

марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 Экономика организации

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

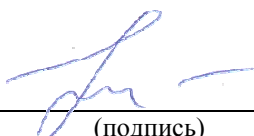
Рабочая программа дисциплины ОП.09 Экономика организации разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	9
2.2. Тематический план дисциплины.....	9
2.3. Содержание дисциплины.....	11
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	15
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	15
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	23

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина Экономика организации входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации	номенклатура информационных источников, применяемых в

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	информации и информационных технологии для выполнения профессиональной деятельности;	планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры	содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>	
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива,</p> <p>психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p>
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	<p>грамотно излагать свои мысли</p> <p>и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	<p>соблюдать нормы экологической безопасности;</p> <p>определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности</p> <p>по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства</p> <p>организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении</p>	<p>правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности</p> <p>основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности</p> <p>пути обеспечения ресурсосбережения</p> <p>принципы бережливого</p>

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		климатических условий региона	производства основные направления изменения климатических условий региона
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов</p> <p>профессиональной направленности</p>
ПК 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; 	<ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<ul style="list-style-type: none"> - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. 	исследования.
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.	- производить качественные аналитические исследования рынка.	- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов.	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Преобразовывать требования заказчика в бриф	<ul style="list-style-type: none"> - Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5
Объем часов по дисциплине	70	70
в т.ч. в форме практической подготовки		
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	58	58
в том числе:		
лекционные занятия	38	38
практические занятия	20	20
Самостоятельная работа обучающихся	12	12
Промежуточная аттестация в форме		Экзамен

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия	<i>из них: в форме практической подготовки</i>
Семестр 5									
Раздел 1. Организация как основное звено рыночной экономики отраслей	70	12	58	38		20			
Тема 1.1. Основные организационно-правовые формы организаций	6	2	4	2		2			
Тема 1.2. Характеристика внешних и внутренних связей организации (предприятия)	4		2	2					
Раздел 2. Материально-техническая база организации и проблемы ее обновления в современных условиях									
Тема 2.1. Имущество и капитал	6	2	4	2		2			
Тема 2.2. Основной капитал организации и его роль в			2	2					

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
производстве								
Тема 2.3. Износ и амортизация основных средств	4		4	2		2		
Тема 2.4. Оборотные капитал организации	4		4	2		2		
Тема 2.5. Капитальные вложения и их эффективность	2		2	2				
Раздел 3. Кадры, организация труда и заработная плата								
Тема 3.1. Трудовые ресурсы организации и производительность труда	8	2	6	4		2		
Тема 3.2. Организация труда и заработной платы	4		4	2		2		
Раздел 4. Основные экономические показатели деятельности организации								
Тема 4.1. Себестоимость и ее калькуляция	6	2	4	2		2		
Тема 4.2. Цены и ценообразование	2		2	2				
Тема 4.3. Прибыль и рентабельность предприятия	2		2	2				
Раздел 5. Маркетинговая деятельность организации								
Тема 5.1. Маркетинг: его основы и концепции	6		6	4		2		
Раздел 6. Планирование деятельности организации								
Тема 6.1. Планирование как основа рационального функционирования организации	6	2	4	2		2		
Тема 6.3. Бизнес-план – основная форма внутрифирменного планирования	2		2	2				
Раздел 7. Внешнеэкономическая деятельность								
Тема 7.1. Организация (предприятие) на внешнем рынке	6	2	4	4		2		
Промежуточная аттестация								
Всего часов	70	12		38		20		

ЭКЗАМЕН

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1. Организация как основное звено рыночной экономики отраслей		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 1.1. Основные организационно-правовые формы организаций	Общие понятия о экономике. История развития экономической науки. Цели и задачи экономики. Взаимодействие с другими дисциплинами; принципы обеспечения устойчивости объектов экономики; основы макро- и микроэкономики	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
	Предприятие, его цели и задачи. Классификация предприятий по формам собственности. Классификация предприятий по типам производства, их характеристика. Организационно-правовая форма предприятий. Коммерческие и некоммерческие организации.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 1.2. Характеристика внешних и внутренних связей организации (предприятия)	Прямое и косвенное воздействие на предприятие. Внешняя среда организации: поставщики, конкуренты, государство, потребители. Факторы внешней среды. Внутренняя среда: технология, люди, цели и задачи предприятия, структура предприятия. Факторы внутренней среды предприятия.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Раздел 2. Материально-техническая база организации и проблемы ее обновления в современных условиях		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 2.1. Имущество и капитал	Понятие и виды имущества и капитала предприятия. Резервный капитал. Уставный капитал. Собственный и заемный капитал. Основные средства: понятие, состав, структура, классификация. Показатели основных средств. Пути повышения эффективности использования основных средств.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 2.2. Основной капитал организации и его роль в производстве	Показатели основных средств. Пути повышения эффективности использования основных средств.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.;

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
		ПК 1.4.
Тема 2.3. Износ и амортизация основных средств	Износ и воспроизводство основных фондов. Моральный износ фондов и его виды. Амортизация основных фондов, ее экономическая сущность. Методика исчисления амортизации. Нормы амортизации. Порядок использования амортизационных отчислений. Расчет суммы амортизационных отчислений.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 2.4. Оборотные капитал организации	Понятие, сущность и элементы оборотных средств. Показатели оборачиваемости оборотных средств. Потребности предприятия в оборотных средствах. Методика нормирования оборотных средств	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 2.5. Капитальные вложения и их эффективность	Понятие капитальных вложений. Понятие инвестиций. Капитальное строительство. Направления и источники финансирования капитальных вложений. Экономическая эффективность капитальных вложений. Метод дисконтирования. Пути повышения капитальных вложений	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Раздел 3. Кадры, организация труда и заработная плата		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 3.1. Трудовые ресурсы организации и производительность труда	Трудовые ресурсы: понятие и сущность. Экономически активное население. Экономически неактивное население. Состав трудовых ресурсов. Списочный состав. Промышленно-производственный персонал. Непроизводственный персонал. Производительность труда: выработка, трудоемкость. Методы подсчета. Состав и структура работников основной деятельности предприятий. Планирование численности работников. Организация	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	труда. Основные направления организации труда. Нормирование труда. Норма времени. Методы нормирования	
Тема 3.2. Организация труда и заработной платы	Определение понятий оплаты труда и заработной платы. Структура оплаты труда работников организации. Формы и системы оплаты труда. Доплаты к заработной плате. Право работника на ежегодный оплачиваемый отпуск. Фонд заработной платы. Определение среднего заработка работника для расчета отпускных выплат	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Раздел 4. Основные экономические показатели деятельности организации		
Тема 4.1. Себестоимость и ее калькуляция	Понятие издержек. Виды издержек: средние, предельные, совокупные. Методы расчета издержек. Понятие и виды себестоимости. Классификация затрат себестоимости. Факторы и пути снижения себестоимости.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 4.2. Цены и ценообразование	Экономическое содержание, понятие, виды и функции цен. Надбавки и скидки. Понятие и сущность ценовой политики. Ценообразование: понятие и принципы. Понятие и сущность ценовой политики. Ценообразование: понятие и принципы. Ценовая эластичность. Исследование сущности цены продукции предприятий в рыночной экономике. Ценообразование в условиях конкуренции	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 4.3. Прибыль и рентабельность предприятия	Прибыль предприятия. Показатели прибыли. Принципы распределения прибыли. Виды прибыли: балансовая, валовая, чистая. Роль и значение прибыли в рыночной экономике. Характеристика факторов, определяющих величину прибыли. Рентабельность продаж, основного капитала, собственного капитала, общая. Методы расчета прибыли и рентабельности	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
Раздел 5. Маркетинговая деятельность организации		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 5.1. Маркетинг: его основы и концепции	Принципы и цели маркетинга. Функции маркетинга и этапы его организации. Сбор информации и комплексное исследование рынка услуг. Прогнозы развития рынка. Изучение запросов и поведение потребительских услуг. Функции маркетинга и этапы его организации. Реклама	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Раздел 6. Планирование деятельности организации		
Тема 6.1. Планирование как основа рационального функционирования организации	Составные элементы, этапы и виды внутрифирменного планирования. Долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование. Оперативное и текущее планирование. Этапы стратегического планирования. Понятие и сущность финансов предприятия. Виды денежных отношений. Понятие и сущность финансовых ресурсов. Источники финансовых ресурсов. Платежеспособность предприятия. Ликвидность предприятия. Коэффициенты общей ликвидности. Коэффициент покрытия	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 6.2. Бизнес-план – основная форма внутрифирменного планирования	Бизнес-план – основная форма внутрифирменного планирования. Типы бизнес-плана. Структура бизнес-плана.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Раздел 7. Внешнеэкономическая деятельность		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.;

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
		ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
Тема 7.1. Организация (предприятие) на внешнем рынке	Понятие и сущность внешнеэкономической деятельности. Виды внешнеэкономических операций: экспорт, импорт, реэкспорт. Внешнеторговый контракт, его содержание. Базисные условия поставки и внешнеторговые цены.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет социально-экономических дисциплин, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

Технические средства обучения: компьютер с устройствами воспроизведения звука, принтер, мультимедиа-проектор с экраном, мультимедийная доска, указка-презентер для презентаций.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Тертышник, М. И. Экономика организации: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. И. Тертышник. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 509 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16541-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541672> (дата обращения: 20.02.2024).

2. Магомедов, А. М. Экономика организации : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Магомедов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16984-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540263> (дата обращения: 20.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Цуркан, Н. Н. Экономика организации: учебное пособие / Н. Н. Цуркан. — Ульяновск : УлГУ, 2021. — 114 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/199547> (дата обращения: 21.02.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Интернет-ресурсы:

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

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Знать:</p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>структуру плана для решения задач</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых</p>	<p>Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала</p>	<p>Текущий контроль при проведении:</p> <p>-письменного, устного опроса</p> <p>-тестирование</p>
	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни</p>	<p>Подготовка докладов, рефератов, эссе</p>
	<p>Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники, разные точки зрения</p>	
	<p>Промежуточная аттестация в форме - Экзамен</p>	<p>Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>средств</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p> <p>правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности</p> <p>основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности</p> <p>пути обеспечения ресурсосбережения</p> <p>принципы бережливого производства</p> <p>основные направления изменения климатических условий региона</p> <p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов профессиональной направленности</p> <p>- способов анализа рынка,</p>		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>целевой аудитории и конкурентной среды;</p> <ul style="list-style-type: none"> - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития. - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга. - Принципов выбора каналов коммуникации <p>Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <ul style="list-style-type: none"> - Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей 		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь:</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части</p> <p>определять этапы решения задачи</p>	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы (семинарские занятия)</p>
	<p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия</p>	<p>Деловая игра (урок-дебаты)</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p> <p>составлять план действия</p> <p>определять необходимые ресурсы</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>реализовывать составленный план</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности</p>	<p>решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p> <p>Промежуточная аттестация в форме - Экзамен</p>	<p>Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>применять современную научную профессиональную терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы 		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. - производить качественные аналитические исследования рынка. - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. <p>Преобразовывать требования заказчика в бриф</p>		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

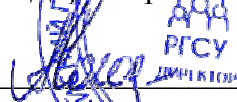
№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
3		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа РГСУ


А.В. Косоплечев

«8» марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.10 Маркетинг

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

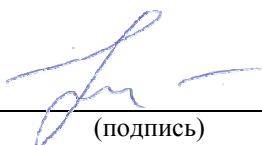
Рабочая программа дисциплины ОП.10 Маркетинг разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

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

Рабочая программа дисциплины профессионального цикла обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель



(подпись)

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы	8
2.2. Тематический план дисциплины.....	8
2.3. Содержание дисциплины.....	9
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	11
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	11
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	16

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина Маркетинг организации входит в общепрофессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
	информационные технологии для выполнения профессиональной деятельности;	поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным	содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
		<p>ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>	
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
			<p>профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ПК 1.1	<p>Определять целевую аудиторию и целевые группы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. 	<ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
ПК 1.2.	<p>Проводить анализ объема рынка.</p>	<p>производить качественные аналитические исследования рынка.</p>	<p>методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.</p>
ПК 1.3.	<p>Проводить анализ конкурентов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения

Код компетенции	Наименование компетенции	Умения	Знания
			исследований и требования к ним; - основ маркетинга.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5
Объем часов по дисциплине	38	38
в т.ч. в форме практической подготовки		
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	38	38
в том числе:		
лекционные занятия	18	18
практические занятия	20	20
Промежуточная аттестация в форме		Экзамен

2.2. Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов								
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками						
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>			
Семестр 5	38		36	18		20			
РАЗДЕЛ 1 СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В DIGITAL.									
Тема 1.1. Организация промоушен бренда в digital (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.).	8		8	4		4			
РАЗДЕЛ 2. РАЗРАБОТКА И ЗАПУСК ПРОДУКТОВЫХ									

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Практические занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>	Лабораторные занятия <i>из них: в форме практической подготовки</i>		
СТРАНИЦ.								
Тема 2.1. Копирайтинг / SEO-тексты.	8		8	4		4		
Тема 2.2. Визуализация и упаковка продуктов	8		8	4		4		
РАЗДЕЛ 3 ПРОДВИЖЕНИЕ БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ С ПОМОЩЬЮ НАСТРОЙКИ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В ВК И ОДНОКЛАССНИКИ.								
Тема 3.1. Инструменты продвижения в интернет-маркетинге.	8		8	4		4		
РАЗДЕЛ 4. WEB-АНАЛИТИКА.								
Тема 4.1. Web-аналитика.	6		6	2		4		
Промежуточная аттестация			Экзамен					
Всего часов	38		38	18		20		

2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
РАЗДЕЛ 1. СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В DIGITAL.		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
Тема 1.1. Организация промоушен бренда в digital (имиджевые акции, кросс-акции, промо-акции и т.д.).	Понятие бренда. Репутация бренда в интернете. Реклама в ВКонтакте и Одноклассниках. Продвижение бренда в социальных сетях. Продвижение бренда в digital среде. Практическая работа Составление контент-плана по продвижению компании в интернете, направленного на поддержание имиджа.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
РАЗДЕЛ 2. РАЗРАБОТКА И ЗАПУСК ПРОДУКТОВЫХ СТРАНИЦ.		
Тема 2.1. Копирайтинг / SEO-тексты.	Копирайтинг. Рерайт текста. SEO-тексты. SEO-статья. SEO-копирайтинг. Структура написания. SEO-продвижение. Ключевые слова. Практическая работа Разработка статьи для продвижения компании в интернете. Практическая работа Подбор ключевых слов для SEO продвижения.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
Тема 2.2. Визуализация и упаковка продуктов.	Разбор визуальных средств рекламы. Изготовление рекламных макетов (обработка фото и видеоматериалов в рекламной деятельности). Макеты для разных каналов продвижения. Работа в конструкторах Tilda и Wix. Рекламный дизайн в онлайн-конструкторах. Практическая работа Разработка макета для интернет-продвижения для разных каналов продвижения (модульный баннер, пост в социальных сетях, статья и т.д.). Разработка макета для социальных сетей, отражающий бренд компании.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
РАЗДЕЛ 3. ПРОДВИЖЕНИЕ БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ С ПОМОЩЬЮ НАСТРОЙКИ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В ВК И ОДНОКЛАССНИКИ.		
Тема 3.1. Инструменты продвижения в интернет-маркетинге.	SMM-продвижение. Таргетированная реклама. Настройка рекламного кабинета в ВКонтакте и Одноклассники. Коммуникационные стратегии в ВКонтакте/сообществах в Одноклассниках (блогеры, инфлюенсеры, партнеры, СМИ и т.д.). Мессенджеры продаж (скрипты продаж). Практическая работа Настройка рекламных кабинетов в ВКонтакте и Одноклассники. Настройка контекстной рекламы. Запуск рекламы с минимальным бюджетом.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
РАЗДЕЛ 4. WEB-АНАЛИТИКА.		
Тема 4.1. Web-аналитика.	Маркетинговая аналитика. Эффективность рекламной кампании в интернете. Продуктовая аналитика. Интерпретация данных о поведении пользователей внутри сервисов и приложений. A/B тестирование. Коммуникационная аналитика. Маркетинговые исследования и потребности аудитории продукта. Анализ пользовательского опыта. Выдвижение гипотез. Практическая работа	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия студентов	Коды формируемых компетенций
	Анализ сайта компании. Выявление сильных и слабых сторон. Выдвижение гипотезы о продвижении сайта. Увеличение конверсии.	

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет маркетинговых исследований, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

Технические средства обучения: компьютер с устройствами воспроизведения звука, принтер, мультимедиа-проектор с экраном, мультимедийная доска, указка-презентер для презентаций.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538368> (дата обращения: 20.02.2024).

2. Жабина, С. Б. Маркетинг в организациях общественного питания : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2024. — 264 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05791-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539985> (дата обращения: 20.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538424> (дата обращения: 20.02.2024).

Интернет-ресурсы:

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

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
Знать: актуальный профессиональный и	Полнота изложения материала, правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность	Текущий контроль при проведении: -письменного, устного опроса

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
социальный контекст, в котором приходится работать и жить	суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, последовательное изложение материала	-тестирование
основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, раскрытие темы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте темы; аргументированная позиция с опорой на факты общественной жизни	Подготовка докладов, рефератов, эссе
алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации	Актуальность темы, соответствие содержания заявленной теме, соответствие общим требованиям написания и техническим требованиям оформления индивидуального/группового проекта, грамотность изложения материала, наличие чёткой композиции и структуры; логика в представлении материала, полнота раскрытия проблемы, умение выделять главное, анализировать, правильно отбирать фактический материал для аргументации, сравнивать реферируемые источники, разные точки зрения, проект представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала	Подготовка и защита индивидуальных и групповых проектов
формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	Промежуточная аттестация в форме - _экзамен	экзамен

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования. - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития. - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга. 		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее 	<p>Степень реализации плана семинарского занятия (полная, частичная); степень полноты и детальности рассмотрения основных вопросов в ходе занятия; степень реализации умений студентов рассуждать, дискутировать</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы (семинарские занятия)</p>
	<p>Степень усвоения материала любой степени сложности; умения и навыки работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторические способности, лидерские качества; умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности</p>	<p>Деловая игра (урок-дебаты)</p>
	<p>Промежуточная аттестация в форме - Экзамен</p>	<p>Экзамен</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>участие в исследовании.</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. <p>-производить качественные аналитические исследования рынка.</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. 		

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа дисциплины актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



Директор Колледжа РГСУ

А.В. Косоплечев

8 марта 2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного
продукта

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения
Очная

Москва, 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2021 года № 552 с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: директор Колледжа РГСУ Косоплечев А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Новиков А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

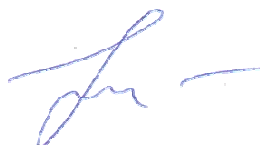
Разработчик основной образовательной программы, преподаватель

А.В. Косоплечев

(подпись)

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК
Протокол № 10 от «18» марта 2024 года.

Председатель ПЦК



А.В. Новиков

(подпись)

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
2.1. Объем профессионального модуля и формы промежуточной аттестации.....	10
2.2. Структура профессионального модуля	11
2.3. Содержание профессионального модуля.....	13
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	17
3.1. Материально-техническое обеспечение	17
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	18
3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса	19
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	27

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и соответствующих профессиональных (ПК 1.1 – ПК 1.4) и общих (ОК 01- ОК 09) компетенций.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В рамках программы профессионального модуля обучающимися осваивается основной вид деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и формируются соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
ОК-1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
ОК-2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	<p>Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>Умения: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>
ОК-3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	<p>Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации</p> <p>Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>
ОК-4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p>Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>Умения:</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>
ОК-5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	<p>Знания:</p> <p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов</p> <p>и построения устных сообщений</p> <p>Умения:</p> <p>грамотно излагать свои мысли</p> <p>и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>
ОК-6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных	<p>Знания:</p> <p>сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей</p> <p>значимость профессиональной деятельности по специальности</p> <p>стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p> <p>Умения:</p> <p>описывать значимость своей специальности</p> <p>применять стандарты антикоррупционного поведения</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
	отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	
ОК-7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	<p>Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона</p> <p>Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона</p>
ОК-8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	<p>Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения</p> <p>Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности</p>
ОК-9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и	<p>Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
	иностранном языке.	<p>профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности</p> <p>Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия</p>

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
ПК-1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.	<p>Знания: - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.</p> <p>Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.</p> <p>Практический опыт</p>

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
ПК-1.2	Проводить анализ объема рынка.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования рынка. <p>Практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
ПК-1.3	Проводить анализ конкурентов.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. <p>Практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
ПК-1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> Преобразовывать требования заказчика в бриф <p>Практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		- Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и формы промежуточной аттестации

Очная форма обучения

Учебным планом для профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта определено:

Объем образовательной нагрузки – 322 часа,

в том числе в форме практической подготовки – 147 часа.

Из них объем времени, отведенный на освоение МДК – 250 часа.

в том числе самостоятельная работа студента – 40 часа;

практики – 72 часа;

в том числе учебная – 36 часа;

производственная (по профилю специальности) – 36 часа;

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта:

ПМ.01 – экзамен по модулю / квалификационный экзамен (4 семестр)

МДК.01.01 – другая форма контроля (3 семестр), экзамен (4 семестр)

МДК.01.02 – другая форма контроля (4 семестр)

МДК.01.02 Курсовой проект

Учебная практика УП.01.01 – зачет с оценкой (4 семестр)

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.01.01 – зачет с оценкой (4 семестр)

2.2. Структура профессионального модуля

Очная форма обучения

Коды компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки, ак. часов								
		Всего	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная	Производственная (по профилю специальности)
				Всего	в т.ч. практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект)		
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.	Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов МДК 01.01 Целевые аудитории рынка и конкурентов Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории Тема 1.2. Комплексное изучение рынка Тема 1.3. Комплексное изучение конкурентов.	160	50	140	140			36	36	
ОК 01.;	Раздел 2. Цели и задачи рекламных и	90	25	70	70	курсовая работа	20	курсовая работа		

ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.	коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК 01.02 Рекламные и коммуникационные кампании, акции и мероприятия Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний					(проект)		(проект)		
	Всего:	322	282	40	210		20	20	36	36

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
1	2	3
ПМ 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		322
Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		160
МДК 01.01 Целевые аудитории рынка и конкурентов		160
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	Содержание	60
	Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения. Процесс анализа целевой аудитории.	
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	Содержание	50
	Роль анализа рынка для бизнеса. Виды и методы исследований рынка. Структура и показатели анализа рынка. Основные этапы проведения исследования рынка.	
	Практические занятия	
	Выбор целевого сегмента рынка. Определение проблемы организации на рынке. Формулирование цели и задач исследования. Составление плана проведения исследования рынка. Определение источников для сбора необходимой информации. Составление SWOT-анализа предприятия. Составление PEST-анализа предприятия. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
	тенденций рынка. Произвести расчет объема, потенциала, темп роста рынка. Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	
Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.	Содержание	50
	Роль анализа конкурентов для бизнеса. Этапы и структура исследования конкурентов. Методы исследования конкурентов. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.	
	Практические занятия	
	Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции. Составление карты конкуренции. Проведение сравнительного анализа конкурентов. Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов. Определение позиционирования всех участников на рынке. Оценка методов продвижения конкурентов. Оценка технологического уровня конкурентов. Оценка конкурентных преимуществ/недостатков. Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов.	
	Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1.	20
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с конспектами и со специальной литературой по маркетингу и рекламе (по параграфам и главам, указанным преподавателем). 2. Использование Интернета. 3. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем. 4. Самостоятельное изучение факторов покупательского поведения. 5. Составление схемы собственного поведения при совершении покупки. 6. Подготовка сообщения для практической работы по выбранному сектору рекламного рынка. Выполнение анализа и сегментирования рынка.	
Раздел 2. Рекламные и коммуникационные кампании, акции и мероприятия		90
МДК.01.02 Рекламные и коммуникационные кампании, акции и мероприятия		90
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных	Содержание Понятие брифа, виды брифов. Понятие и цели рекламных и коммуникационных	90

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
кампаний	<p>кампаний.</p> <p>Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи.</p> <p>Классификация рекламных и коммуникационных кампаний.</p> <p>Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний.</p> <p>Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании.</p> <p>Оценка эффективности рекламных мероприятий.</p> <p>Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.</p> <p>Виды коммуникационных каналов.</p> <p>Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе.</p>	
	<p align="center">Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 01.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, составление развернутого плана и утверждение содержания курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата, выборки, методов и методик для практического исследования. 4. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 5. Составление конспекта курсовой работы. 6. Написание введения курсовой работы, включающее раскрытие актуальности темы, степени ее разработанности, формулировку проблемы, взятую для анализа, а также задачи, которые ставит обучающийся перед собой в ходе написания работы. 7. Написание части курсовой работы, включающей в себя теоретический материал исследования. 8. Написание части курсовой работы, включающей в себя практический материал исследования, состоящий из таблиц, схем, рисунков и диаграмм. 9. Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала. 10. Определение практической значимости результатов исследований, подтверждение расчетов экономического эффекта или разработка рекомендаций по организации и методике проведения исследований. <p>Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.</p>	<p align="center">20</p>
Учебная практика Виды работ – разработка брифа. проведение первичного анализа рынка.		<p align="center">36</p>
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ		<p align="center">36</p>

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
<ul style="list-style-type: none"> – анализ состава рынка. – проведение сегментирования на рынке. – разработка плана проведения исследований потребителей. – разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. <p>подготовка плана проведения рекламной кампании.</p>		
<p style="text-align: center;">Примерная тематика курсовых работ (проектов)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. 2. Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте. 3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории. 4. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей. 5. Рекламная кампания кинофильмов: влияние использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью. 6. Продвижение молодёжных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга. 7. Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере (МТС и Tele2). 8. Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов. 9. Реклама в метро: проблемы и перспективы. 10. Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях. 11. Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма. 12. Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды. 13. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда. 14. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате. 15. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории. 16. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере. 17. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере. 18. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией. 19. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере. 20. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда. 21. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения. 22. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений. 23. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости. 24. Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России. 25. Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды. 		20

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
26. Оценка эффективности рекламных мероприятий. 27. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях. 28. Классификация рекламных кампаний. 29. Понятие комплексной рекламной кампании. 30. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач. 31. Разработка и передача рекламного обращения. 32. Особенности наружной рекламы. 33. Разработка рекламной кампании товара. 34. Разработка рекламной кампании услуг. 35. Разработка рекламной кампании организации. 36. Разработка и реализация промоакции. Разработка, проведение event мероприятия.		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту) 1. Составление плана работы. 2. Подбор методической и нормативной литературы. 3. Систематизация теоретических сведений. 4. Сбор и обработка фактических данных. 5. Работа над теоретическим разделом. 6. Анализ текущей ситуации предприятия. 7. Работа над практическим разделом. 8. Написание текста работы. 9. Подготовка к защите курсовой работы. Защита курсовой работы.		
Промежуточная аттестация в форме экзамена модулю / квалификационного экзамена		
Всего		332

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: Кабинет «Маркетинговых исследований»

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

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в кабинетах, лабораториях РГСУ и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов

работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей,

Кабинеты оснащены оборудованием и комплектом оценочной документации для проведения демонстрационного экзамена на территории РГСУ.

Производственная практика реализуется в организациях по профилю специальности, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области **06 Связь, информационные и коммуникационные технологии и 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия.**

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/542275> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство

Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545416> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

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

3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта модуля обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности «06 Связь, информационные и коммуникационные технологии и 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия» и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет. Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационном справочнике и профессиональном стандарте.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников, имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение

обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, составляет не менее 25 %.

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Профессиональные компетенции		
ПК 1.1 Определение целевой аудитории и целевых групп.	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p> <p>Точность выявления основных и второстепенных конкурентов при определении целевых аудиторий; Эффективность проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды (целевых аудиторий групп).</p>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.2 Проведение анализа объема рынка.	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<p>Эффективность проведения анализа рынка; точность проведения качественных аналитических исследований рынка;</p> <p>Точность применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.</p>	<p>освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ПК1.3 Проведение анализа конкурентов.</p>	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p> <p>Эффективность выявления основных и второстепенных конкурентов; эффективность проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</p>	<p>Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты;</p> <p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ПК 1.4 Осуществление определения и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных</p>		<p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
кампаний, акций и мероприятий.		на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
Общие компетенции		
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче);	Устные выступления с Презентацией

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<ul style="list-style-type: none"> - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития. 	<p>Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе. 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации	Экспертная оценка умения вступать в

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<p>на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</p> <p>- соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.</p>	<p>коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> - сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю.

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 09	<p>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;</p> <p>- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа профессионального модуля актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**



Директор Колледжа РГСУ

А.В. Косоплечев

«18» марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического
планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций,
мероприятий**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2021 года № 552 с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

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

– 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;

– 11.010 «Фотограф»;

– 11.013 «Графический дизайнер»

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: директор Колледжа РГСУ Косоплечев А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Новиков А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель



А.В. Косоплечев

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК. Протокол №10 от «18» марта 2024 года.

Председатель ПЦК

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
2.1. Объем профессионального модуля и формы промежуточной аттестации.....	10
2.2. Структура профессионального модуля	12
2.3. Содержание профессионального модуля.....	14
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	19
3.1. Материально-техническое обеспечение	19
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	20
3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса	21
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	21
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	28

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий» и соответствующих профессиональных (ПК 2.1 – ПК 2.2) и общих (ОК 01- ОК 09) компетенций.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В рамках программы профессионального модуля обучающимися осваивается основной вид деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и формируются соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
ОК-1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>реализовывать составленный план</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>
ОК-2	<p>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>Знания:</p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>Умения:</p> <p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>
ОК-3	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p>	<p>Знания:</p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации</p> <p>современная научная и профессиональная терминология</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности</p> <p>правила разработки бизнес-планов</p> <p>порядок выстраивания презентации</p> <p>Умения:</p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>
ОК-4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p>Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>Умения:</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>
ОК-5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	<p>Знания:</p> <p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов и построения устных сообщений</p> <p>Умения:</p> <p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>
ОК-6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и	<p>Знания:</p> <p>сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей</p> <p>значимость профессиональной деятельности по специальности</p> <p>стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p> <p>Умения:</p> <p>описывать значимость своей специальности</p> <p>применять стандарты антикоррупционного поведения</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
	межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	
ОК-7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	<p>Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона</p> <p>Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона</p>
ОК-8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	<p>Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения</p> <p>Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности</p>
ОК-9	Пользоваться профессиональной документацией на	<p>Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
	государственном и иностранном языках.	<p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности</p> <p>Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия</p>

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
ПК-2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. <p>Практический опыт Планирования системы маркетинговых коммуникаций</p>
ПК-2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий <p>Практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и формы промежуточной аттестации

Очная форма обучения

Учебным планом для профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий определено:

Объем образовательной нагрузки – 306 часа,

в том числе в форме практической подготовки – 132 часа.

Из них объем времени, отведенный на освоение МДК – 234 часа.

в том числе самостоятельная работа студента – 80 часа;

практики – 72 часа;

в том числе учебная – 36 часа;

производственная (по профилю специальности) – 36 часа;

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий:

ПМ.02 – экзамен по модулю / квалификационный экзамен (5 семестр)

МДК.02.01 Стратегическое планирование и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий – другая форма контроля (5 семестр)

МДК.02.01 Курсовой проект

МДК.02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий – зачет (5 семестр)

Учебная практика УП.01.01 – зачет с оценкой (5 семестр)

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.01.01 – зачет с оценкой (5 семестр)

2.2. Структура профессионального модуля

Очная форма обучения

Коды компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки, ак. часов								
		Всего	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика		
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная	Производственная (по профилю специальности)
				Всего	в т.ч. практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект)		
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1.;	Раздел 1. МДК 02.01 Стратегическое планирование и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа	134	20	54		курссовая работа (проект)	80	курссовая работа (проект)	36	36

	Тема 1.3 Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)									
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.;	Раздел 2. МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	100	40	100						
	Всего:	306	132	226			80		36	36

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
1	2	3
ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий		306
МДК 01.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		134
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	<p>Содержание</p> <p>Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика Коммуникационная стратегия кампании Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании</p> <p>Практические занятия</p> <p>Практическое занятие. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия Практическое занятие. Создание коммуникационной стратегии предприятия</p>	34
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа	<p>Содержание</p> <p>Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании Создание портрета целевой аудитории Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю</p> <p>Практические занятия</p> <p>Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1)</p>	50

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
Тема 1.3 Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 2)	Содержание	50
	Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message) Обоснование и выбор каналов коммуникации Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга	
	Практические занятия	
	Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика	
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Составление плана работы. 2. Подбор методической и нормативной литературы. 3. Систематизация теоретических сведений. 4. Работа над теоретическим разделом. 5. Сбор и обработка фактических данных. 6. Анализ текущей ситуации предприятия. 7. Работа над практическим разделом. 8. Написание текста работы. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Презентация и защита проекта. 		
Курсовой проект (работа) Тематика курсовых проектов (работ) <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые стратегии для нового продукта 2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги 3. Коммуникационная кампания для нового продукта 4. Определение и сегментация целевой аудитории 5. Система брифов стратегического планирования 6. Позиционирование и потребительский инсайт 7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка 8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры 9. Основные метрики эффективности рекламной кампании 10. Структура медиаплана и его основные показатели 11. Активационный план коммуникационной стратегии 12. Медиа стратегия предприятия 13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы. 14. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях. 15. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса. 		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
	<p>16. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории.</p> <p>17. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли.</p> <p>18. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании.</p> <p>19. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке.</p> <p>20. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги.</p> <p>21. Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей.</p> <p>22. Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия.</p> <p>23. Анализ законодательных аспектов рекламы в разных юрисдикциях и их влияние на практику.</p> <p>24. Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии.</p>	
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование выполнения курсового проекта: определение этапов, сроков и ресурсов для выполнения проекта. 2. Определение задач работы: формулирование конкретных задач и целей проекта. 3. Изучение литературных источников: поиск и анализ научных статей, книг и других источников, связанных с тематикой проекта. 4. Проведение предпроектного исследования: анализ рынка, конкурентов, потребностей целевой аудитории и другие исследования. 5. Работа над проектом (разработка коммуникационных стратегий, создание креативных концепций: разработка креативных идей и дизайна для рекламных материалов, выбор и анализ каналов коммуникации: определение наиболее эффективных каналов для доставки сообщения, бюджетирование и планирование ресурсов: оценка стоимости и планирование бюджета проекта, оценка эффективности) 6. Соблюдение этических норм и законодательства: анализ правовых ограничений и этических вопросов в рекламе. <p>Подготовка презентации проекта: создание и проведение презентации для защиты проекта.</p>	80
Раздел 2.		
МДК.02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и		100

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем мероприятий	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
мероприятий		
Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве	Содержание Понятие брифа, виды брифов. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании. Оценка эффективности рекламных мероприятий. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе. Виды коммуникационных каналов. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе.	50
Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега	Содержание Предъявление продуктов стратега в формате презентации Практические занятия Практическое занятие. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	50
Учебная практика Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. 2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. 3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. 4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. 5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 		36

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
	6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность. 8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. 11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников	
Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика) Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. 9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.		36
Промежуточная аттестация в форме экзамена модулю / квалификационного экзамена		
Всего	306	

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: Кабинет «Маркетинговых исследований», *Кабинет «стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний».*

Кабинет маркетинговых исследований, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

Кабинет стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; цветной принтер; доски для рекламных макетов.

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

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в кабинетах, лабораториях РГСУ и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей,

Кабинеты оснащены оборудованием и комплектом оценочной документации для проведения демонстрационного экзамена на территории РГСУ.

Производственная практика реализуется в организациях по профилю специальности, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области **06 Связь, информационные и коммуникационные технологии и 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия.**

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

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

1. Операционная система: Astra Linux SE
2. Пакет офисных программ: LibreOffice
3. Справочная система Консультант+
4. Okular или Acrobat Reader DC

5. Ark или 7-zip
6. User Gate
7. TrueConf (client)

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/542275> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

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

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
5.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности «06 Связь, информационные и коммуникационные технологии и 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия», и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет. Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационном справочнике и профессиональном стандарте.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников, имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, составляет не менее 25 %.

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Профессиональные компетенции		
ПК 2.1 Провидение стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины; Правильное определение основных	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<p>понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p> <p>Точность планирования системы маркетинговых коммуникаций</p>	<p>защите курсовой работы, при проведении:</p> <p>- экзамена, квалификационного;</p> <p>- экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ПК 2.2 Предъявление результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.</p>	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p> <p>Эффективность разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.</p>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <p>- экзамена, квалификационного;</p> <p>- экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
Общие компетенции		
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	конкретного способа.	Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития. 	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и	Осуществление самообразования, использование современной научной

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе. 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий</p> <p>Зачет</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		<p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> - сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		- экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа профессионального модуля актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа РГСУ

А.В. Косоплечев

марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде
Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2021 года № 552 с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»;
- 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;
- 11.010 «Фотограф»;
- 11.013 «Графический дизайнер»

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: директор Колледжа РГСУ Косоплечев А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Новиков А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель



А.В. Косоплечев

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК Протокол №10 от «18» марта 2024 года.

Председатель ПЦК

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
2.1. Объем профессионального модуля и формы промежуточной аттестации.....	10
2.2. Структура профессионального модуля	12
2.3. Содержание профессионального модуля.....	14
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	17
3.1. Материально-техническое обеспечение	17
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	18
3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса	19
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	26

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и соответствующих профессиональных (ПК 3.1 – ПК 3.3) и общих (ОК 01- ОК 09) компетенций.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В рамках программы профессионального модуля обучающимися осваивается основной вид деятельности «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и формируются соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
ОК-1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>
ОК-2	<p>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>Умения: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>
ОК-3	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p>	<p>Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации</p> <p>Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>
ОК-4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p>Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>Умения:</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>
ОК-5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	<p>Знания:</p> <p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов</p> <p>и построения устных сообщений</p> <p>Умения:</p> <p>грамотно излагать свои мысли</p> <p>и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>
ОК-6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации	<p>Знания:</p> <p>сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей</p> <p>значимость профессиональной деятельности по специальности</p> <p>стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p> <p>Умения:</p> <p>описывать значимость своей специальности</p> <p>применять стандарты антикоррупционного поведения</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
	межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	
ОК-7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	<p>Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона</p> <p>Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона</p>
ОК-8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	<p>Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения</p> <p>Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности</p>
ОК-9	Пользоваться профессиональной	Знания: правила построения простых и сложных

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
	документацией на государственном и иностранном языках.	предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
ПК-3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Знания: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. Практический опыт - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
ПК-3.2 Разрабатывать рекламные кампании	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети	Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
кампании бренда в сети Интернет.	Интернет.	<p>применения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. <p>Практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет.
ПК-3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> -отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
маркетинга в социальных сетях.		<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. <p>Практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и формы промежуточной аттестации

Очная форма обучения

Учебным планом для профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий:

Объем образовательной нагрузки – 290 часа,

в том числе в форме практической подготовки – 140 часа.

Из них объем времени, отведенный на освоение МДК – 118 часа.

в том числе самостоятельная работа студента – 24 часа;

практики – 72 часа;

в том числе учебная – 36 часа;

производственная (по профилю специальности) – 36 часа;

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий:

ПМ.03 – экзамен по модулю / квалификационный экзамен (6 семестр)

МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет – другая форма контроля (5 семестр), экзамен (6 семестр)

МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно - медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях – экзамен (5 семестр)

Учебная практика УП.03.01 – зачет с оценкой (5 семестр)

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.03.01 – зачет с оценкой (6 семестр)

2.2. Структура профессионального модуля

Очная форма обучения

Коды компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки, ак. часов								
		Всего	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная	Производственная (по профилю специальности)
				Всего	в т.ч. практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект)		
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.;	<p>Раздел 1.</p> <p>МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p> <p>Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете</p>	98	30	88			10		36	36
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.;	<p>Раздел 2.</p> <p>МДК 03.02 Разработка и</p>	120	28	106			14			

<p>ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.;</p>	<p>реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p> <p>Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа</p> <p>Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения</p>									
	Всего:	290	140	266			24		36	36

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
1	2	3
ПМ 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		290
Раздел 1 МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		98
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	48
	Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	
	Практические занятия	
Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях. Разработка концепции стратегии для поисковых систем. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс.Метрику. Разработать концепцию продвижения личного бренда. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.		
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения	Содержание	50
	Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.	
	Составление заданий на разработку текстовых и	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
в интернете	<p>графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком. Системы управления интернет- рекламой.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Создать контент стратегию для личного бренда. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс». Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс». Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга</p>	
Раздел 2. МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.		120
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	<p>Содержание</p> <p>Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде. Принципы и практики реализации контекстной рекламы Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламоделателями Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга Алгоритмы и результаты поискового продвижения.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Использование методов проведения анализа</p>	60

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
	<p>эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет» Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании Разработка контентной составляющей для личного бренда Оценка эффективности продвижения рекламного агентства Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации. Оптимизация meta-информации страницы Составить продающую цепочку для чат-бота</p>	
<p>Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения</p>	<p>Содержание</p> <p>Технологии привлечения посетителей на сайт Области и стратегии применения цифрового маркетинга Этапы осуществления компаний. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний. E-mail- и вирусный маркетинг. Инструменты и методы цифрового маркетинга. Поведенческий таргетинг, матрица потребности</p> <p>Практические занятия</p> <p>Разработка уникального торгового предложения Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов Визуальное оформление контента для личного бренда Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании Swot анализ и Pest анализ компании Позиционирование бренда. Платформа Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения Проведение рекламных кампаний в социальных медиа Анализ трафика на веб-сайт</p>	<p>60</p>
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с конструктором сайтов 2. Разработка графических элементов 3. Создание концепции графического оформления 4. Разработка структуры и схемы сайта <p>Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта</p>		<p>36</p>
<p>Производственная практика</p>		<p>36</p>

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
1. Виды работ 2. Создание клиентской базы для рекламного предприятия 3. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 4. Изготовить рекламный и/или PR материал. 5. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.		
	Всего	290

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: Кабинет «Брендинга и бренд менеджмента», Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний».

Кабинет брендинга и бренд менеджмента, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; цветной принтер; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал.

Кабинет стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; цветной принтер; доски для рекламных макетов.

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

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в кабинетах, лабораториях РГСУ и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей,

Кабинеты оснащены оборудованием и комплектом оценочной документации для проведения демонстрационного экзамена на территории РГСУ.

Производственная практика реализуется в организациях по профилю специальности, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области **06 Связь**,

информационные и коммуникационные технологии и 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. 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, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Майорова [и др.] ; под редакцией Е. В. Майоровой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18502-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535170> (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Кольшкіна, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшкіна, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760> (дата обращения: 14.03.2024).

Интернет-ресурсы:

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

3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля **ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий** обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности «**06 Связь, информационные и коммуникационные технологии и 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия**», и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет. Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационном справочнике и профессиональном стандарте.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников, имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, составляет не менее 25 %.

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Профессиональные компетенции		
ПК 3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p> <p>Качество аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;</p> <p>Эффективность выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</p> <p>Правильность постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.</p>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала.</p> <p>Качественный подбор и использование оффера;</p>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	Эффективная разработка рекламной кампании в сети Интернет.	профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
<p>ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p> <p>Качественное структурирование рекламного сообщения;</p> <p>Эффективная реализации рекламной кампании в сети Интернет.</p>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: экзамена, квалификационного экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
Общие компетенции		
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития. 	<p>Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		<p>ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе. 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> - сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий,</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<p>ресурсосбережения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. 	<p>при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа профессионального модуля актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа РГСУ

А. В. Косоплечев

«18» марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных
креативных решений и творческих материалов на основных рекламных
носителях**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

42.02.01 Реклама

НАПРАВЛЕННОСТЬ

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых
коммуникационных технологий**

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

**Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование**

Образовательная база приема: основное общее образование

Форма обучения

Очная

Москва, 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2021 года № 552 с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, а также с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

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

– 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»;

– 11.010 «Фотограф»;

– 11.013 «Графический дизайнер»

Рабочая программа профессионального модуля разработана рабочей группой в составе: директор Колледжа РГСУ Косоплечев А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Новиков А.В., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель



А.В. Косоплечев

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК
Протокол №10 от «18» марта 2024 года.

Председатель ПЦК

А.В. Новиков

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы	4
1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля.....	4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
2.1. Объем профессионального модуля и формы промежуточной аттестации.....	11
2.2. Структура профессионального модуля	12
2.3. Содержание профессионального модуля.....	17
РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	23
3.1. Материально-техническое обеспечение	23
3.2. Информационное обеспечение обучения.....	24
3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса	25
РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	26
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	33

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (далее ВД) «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующих профессиональных (ПК 4.1 – ПК 4.3) и общих (ОК 01- ОК 09) компетенций.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В рамках программы профессионального модуля обучающимися осваивается основной вид деятельности «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и формируются соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
ОК-1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>
ОК-2	<p>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p>Умения: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>
ОК-3	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p>	<p>Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации</p> <p>Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>
ОК-4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p>Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p> <p>Умения:</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>
ОК-5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	<p>Знания:</p> <p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов</p> <p>и построения устных сообщений</p> <p>Умения:</p> <p>грамотно излагать свои мысли</p> <p>и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>
ОК-6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации	<p>Знания:</p> <p>сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей</p> <p>значимость профессиональной деятельности по специальности</p> <p>стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p> <p>Умения:</p> <p>описывать значимость своей специальности</p> <p>применять стандарты антикоррупционного поведения</p>

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
	межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	
ОК-7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	<p>Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона</p> <p>Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона</p>
ОК-8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	<p>Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения</p> <p>Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности</p>
ОК-9	Пользоваться профессиональной	Знания: правила построения простых и сложных

Общие компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
	документацией на государственном и иностранном языках.	предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	Знания: - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. Умения: - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>Практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. <p>Практический опыт</p> <p>определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<ul style="list-style-type: none"> - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. <p>Практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформления текстовых и графических документов;

Профессиональные компетенции		
Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		- оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и формы промежуточной аттестации

Очная форма обучения

Учебным планом для профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях:

Объем образовательной нагрузки – 278 часа,

в том числе в форме практической подготовки – 137 часа.

Из них объем времени, отведенный на освоение МДК – 206 часа.

в том числе самостоятельная работа студента – 0 часа;

практики – 72 часа;

в том числе учебная – 36 часа;

производственная (по профилю специальности) – 36 часа;

Формы промежуточной аттестации профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях:

ПМ.04 – экзамен по модулю / квалификационный экзамен (6 семестр)

МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений – зачет с оценкой (6 семестр)

МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки – экзамен (6 семестр)

Учебная практика УП.04.01 – зачет с оценкой (6 семестр)

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.04.01 – зачет с оценкой (6 семестр)

Производственная (преддипломная практика) ПДП.01 – зачет с оценкой (6 семестр)

2.2. Структура профессионального модуля

Очная форма обучения

Коды компетенций	Наименования разделов (тем) профессионального модуля	Объем образовательной нагрузки, ак. часов									
		Всего	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
				Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося			Учебная	Производственная (по профилю специальности)
				Всего	в т.ч. практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект)			
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.;	МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений Раздел 1 Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности МДК 04.01 Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы. Раздел 2. Рекламное проектирование. Тема 2.1. Рекламное	90	30	90	60	нет	0	0	36	36	

	<p>проектирование.</p> <p>Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы.</p> <p>Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде.</p> <p>Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса</p> <p>Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы.</p> <p>Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы</p>									
<p>ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 4.2.; ПК 4.3.;</p>	<p>МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</p> <p>Раздел 4. Основы компьютерной графики</p>	116	35	116	70	нет	0	0		

	<p>Тема 4.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator</p> <p>Тема 4.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop</p> <p>Раздел 5. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.</p> <p>Тема 5.1. Использование студийного оборудования, технология фотогравирования.</p> <p>Тема 5.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.</p> <p>Раздел 6. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций</p> <p>Тема 6.1. Разработка и</p>									
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>создание дизайна рекламной продукции</p> <p>Тема 6.2. Производство рекламной продукции</p> <p>Раздел 7. Техника и технология рекламного видео</p> <p>Тема 7.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.</p> <p>Тема 7.2. Тритмент. Референсы.</p> <p>Тема 7.3. Создание рекламного видеоролика по- своему тритменту.</p>									
	Всего:	278	278						36	36

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
1	2	3
ПМ 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		278
МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений		90
Раздел 1 Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		30
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	<p>Содержание</p> <p>Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака. Формирование системы корпоративной идентичности. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля.</p>	
Раздел 2. Рекламное проектирование		30

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
Тема 2.1. Рекламное проектирование	<p>Содержание</p> <p>Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual. Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения. Создание инсайта, разработка рекламного текста. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок.</p>	
Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	<p>Содержание</p> <p>Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Разработка комплекса POSM</p>	
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		30
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	<p>Содержание</p> <p>Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Разработка комплекса и серии креативной наружной транзитной рекламы.</p>	14
Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	<p>Содержание</p> <p>Виды транзитной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Разработка комплекса и серии креативной наружной транзитной рекламы.</p>	16
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		116
Раздел 4. Основы компьютерной графики		34
Тема 4.1. Основы векторной графики. Программа Adobe	Содержание учебного материала	14

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
Illustrator		
	Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами). Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом. Создание текстурных векторных кистей.	
	<p>Практические занятия</p> <p>Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых. Создание рекламного плаката. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.</p>	
Тема 4.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения. Работа с текстом и эффекты в растровой среде. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекция изображения</p> <p>Практические занятия</p> <p>Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор». Обработка фотографий в программе растровой графики. Размещение объектов с учётом перспективы. Создание рекламной листовки в программе Photoshop.</p>	20
Раздел 5. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.		24
Тема 5.1. Использование студийного оборудования, технология фотографирования.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.</p>	10
Тема 5.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала	14

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
	<p>Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.</p>	
Раздел 6. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		24
Тема 6.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Осуществление поиск рекламных идей. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Разработка авторского рекламного проекта. Создание визуальных образов с рекламными функциями.</p>	20
Тема 6.2. Производство рекламной продукции	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.</p>	14
Раздел 7. Техника и технология рекламного видео		34
Тема 7.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Логлайн. Синописис. Сценарий. Раскадровка. Трехактная структура повествования</p> <p>Практические занятия</p> <p>Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.</p>	10
Тема 7.2. Тритмент.	Содержание учебного материала	10

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
Референсы	Тритмент. Структура. Наполнение. Референсы. Практические занятия Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	
Тема 7.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	Содержание учебного материала Основные принципы композиции кадра. 10 принципов монтажа. Практические занятия Снять рекламный ролик. Опираясь на свой тритмент. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки.	14
Учебная практика Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение ситуационного анализа. 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений. 3. Разработка рекламной продукции. 4. Использование типографики в графическом дизайне. 5. Создание информационного плаката. 6. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. 7. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью. 8. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 9. Определение задач учебной практики. 10. Техника безопасности. 11. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 12. Проведение фотосъемки. 13. Промежуточный анализ отснятого материала. 14. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 15. Формирование положительного имиджа бренда или персоны. 16. Определение задач учебной практики. 17. Техника безопасности. 18. Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 19. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 20. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 21. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 22. Тестовые съёмки натуры для рекламной фотосессии. 23. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 24. Организация и проведение фотосъемки. 	36	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем/ в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
Производственная практика Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика. 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений. 3. Разработка рекламной продукции . 4. Сдача проекта заказчику. 5. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 6. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты. 7. Разработка и создание дизайна рекламной продукции: выбор художественной формы реализации рекламной идеи; создание визуального образа с рекламными функциями; 8. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 		36
Производственная практика (преддипломная практика) Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Художественное конструирование рекламных продуктов по заданию. 2. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. 3. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 4. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 5. Анализ рекламной деятельности предприятия. 6. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 7. Технология организации и проведения фотосопровождения. 8. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 9. Составление рекламного брифа по задачам фотосъемки. <p>Финишные визуальные работы.</p>		144
Всего		278

РАЗДЕЛ 3. УСЛОВИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

Дизайна и макетирования рекламной продукции, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

Кабинет брендинга и бренд менеджмента, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; цветной принтер; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал.

Лаборатория «Цифровых коммуникационных технологий», посадочные места по количеству обучающихся; стационарные технические средства обучения; рабочее место преподавателя; доска; интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; лицензионные базовые и профессиональные компьютерные программы, необходимыми для ведения учебно-практической деятельности; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал; средства множительной техники (принтеры, сканеры, многофункциональные устройства, копировальные аппараты, установленное лицензионное ПО: графические редакторы).

Лаборатория «Компьютерной графики и видеомонтажа»: хромакей зеленый, хромакей синий, стойки для световых источников, штативы, софтбоксы, рефлекторы, фотокамера, цветной принтер.

Видеостудия, оснащенная оборудованием: фон зеленый, фон синий, стойки для световых источников, штативы, софтбоксы, рефлекторы, стул, шторы-блэкауты (черные), флаг, отражатель, фотокамера.

Фотостудия, оснащенная оборудованием: хромакей зеленый, хромакей синий, стойки для световых источников, штативы, софтбоксы, рефлекторы, стул, шторы-блэкауты (черные), флаг, отражатель, фотокамера.

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

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в кабинетах, лабораториях РГСУ и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей,

Кабинеты оснащены оборудованием и комплектом оценочной документации для проведения демонстрационного экзамена на территории РГСУ.

Производственная практика реализуется в организациях по профилю специальности, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области **06 Связь**,

информационные и коммуникационные технологии и 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики соответствует содержанию профессиональной деятельности и дает возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

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

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. 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, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Майорова [и др.] ; под редакцией Е. В. Майоровой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18502-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535170> (дата обращения: 21.02.2024).
3. 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, 2024. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/541560> (дата обращения: 21.02.2024).
4. Барышников, А. П. Перспектива : учебник / А. П. Барышников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 178 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12052-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/543008> (дата обращения: 21.02.2024).

5. Лютов, В. П. Цветоведение и основы колориметрии : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Лютов, П. А. Четверкин, Г. Ю. Головастики. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07008-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539898> (дата обращения: 20.02.2024).

Дополнительная литература:

1. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760> (дата обращения: 14.03.2024).
2. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545416> (дата обращения: 21.02.2024).

Интернет-ресурсы:

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

3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных

технологий обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности «06 Связь, информационные и коммуникационные технологии и 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия», и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет. Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационном справочнике и профессиональном стандарте.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников, имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, составляет не менее 25 %.

РАЗДЕЛ 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Профессиональные компетенции		
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины; Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала. Качество подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	Уникального Торгового Предложения (УТП); Эффективность поиска и подбора оригинального нейма и слогана.	производственной практики.
ПК 4.2 Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p> <p>Точность определения оригинальной идеи для рекламной кампании; Эффективность подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.</p>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК-4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	<p>Полное и глубокое усвоение теоретических аспектов образования и педагогического процесса, а также нормативных документов, изучаемых в рамках получаемой специальности на основе изучения основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;</p> <p>Правильное определение основных понятий, понимание материала, обоснованность суждений, точность формулировок, адекватность применения терминологии, полнота изложения материала, последовательное изложение материала.</p> <p>Эффективность - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в</p>	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> экзамена, квалификационного экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	<p>том числе текстовых и графических;</p> <p>Точность создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы.</p>	<p>ходе проведения производственной практики.</p>
Общие компетенции		
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра 	<p>Устные выступления с Презентацией Зачет с оценкой</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе. 	<p>производственной практики.</p> <p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное</p>

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
		наблюдение за выполнением работ. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 07	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	- объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Рабочая программа профессионального модуля актуализирована	Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания ПЦК № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__ . __ . ____