

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности (ВПД) и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате освоения профессионального модуля должен:

1.2. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – **397** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **289** часов;

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **193** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **96** часа;

учебной и производственной практики – **(36+72)** часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Код и наименование ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного анализа.	ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ОК 5. Использовать	ОК.У5. Использовать методы	ОК.35. Знать способы

информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	обмена смыслом, мыслью, идеей с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	ОК.У6. Способствовать принятию решения в условиях группы, используя различные методы дискуссии, предупреждать конфликтные ситуации или эффективно их решать.	ОК.36. Психологические основы работы в коллективе, психологические особенности личности, типологию конфликтов, правила ведения дискуссии
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	ОК.У7. Осуществлять планирование человеческих ресурсов, сопоставлять членов команды с компетенциями, необходимыми для выполнения задания, выявлять уровень понимания членами команды своей роли в выполнении задания.	ОК.37. Технологии эффективного взаимодействия в команде, правила ведения монолога, диалога, дискуссии.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	ОК.У8. Определять затруднения, помехи, трудности перехода на новый профессиональный уровень, ставить задачи и выбирать способы для преодоления существующих трудностей.	ОК.38. Методику разработки индивидуальной программы личностного роста, траектории профессионального развития.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	ОК.У9. Анализировать эффективность используемых методов, выбирать новые перспективные технологии для решения поставленных производственных задач	ОК.36. Современные технологии, направленные на решение отдельных производственных задач и источники их совершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	ОК.У10. Развивать предпринимательский образ мышления.	ОК.310. Признаки и направления предпринимательской деятельности. Методы генерации идеи.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	ОК.У11. Использовать базовые знания иностранного языка для получения, переработки и передачи информации с учетом современных тенденций развития культуры.	ОК.311. Аспекты современного развития всех составляющих понятия культура, иностранный язык на уровне, удовлетворяющем базовые потребности в коммуникации.
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;	выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;	композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; приемы и принципы составления рекламного текста;
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;	методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.
ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления	составлять рекламные тексты;	приемы и принципы составления рекламного текста;
ПК 1.5. Создавать визуальные	разрабатывать композиционное	композицию, шрифтовую и

образы с рекламными функциями	решение рекламного продукта;	художественную графики в рекламе; приемы и принципы составления рекламного текста;
-------------------------------	------------------------------	--

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практическую подготовку, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11
ПК 1.1-1.5	Раздел 1. МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	165	123	82	-	41	-	-	-
ПК 1.1-1.5	Раздел 2. МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	220	165	110	-	55	-	-	-
ПК 1.1-1.5	Учебная практика	72						72	
ПК 1.1-1.5	Производственная практика (по профилю специальности) часов	36	-	-	-	-	-		108
	Всего:	468	272	193	-	96	-	72	108

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 02. ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ 02. Производство рекламной продукции является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Производство рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

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

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

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

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

уметь:

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

знать:

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

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

Всего часов – 816 часов

максимальной учебной нагрузки – **604** часов, в том числе:

- самостоятельная работа обучающегося – **212** часов;
- обязательная аудиторная учебная нагрузка – **196** часов;

в том числе:

- курсовая работа - **20** часов;
- практическая подготовка – **208** часов;

учебная практика – **72** часов;

производственная практика – **108** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития,

	заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02. Производство рекламной продукции

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего часов	в т.ч. лекций, часов	в т.ч., лаб. и практ. занятий (практическая подготовка), часов	Всего, часов	Курсовая работа		
1	2	3	4	5	6	8	9	10	11
ОК 1 – 11 ПК 2.1 – 2.3	ПМ.02. Производство рекламной продукции	816	424	196	208	212	20		
	МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	165	110	55	55	55	-		
	МДК 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	144	96	32	44	48	20		
	МДК 02.03. Техника и технология рекламной фотографии	165	110	55	55	55	-		
	МДК 02.04. Техника и технология рекламного видео	162	108	54	54	54	-		
	Практика (по профилю специальности)							72	108
	Всего:	816	604	196	208	212	20	72	108

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации
рекламного продукта»**

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов *42.02.01 Реклама*, разработанной в соответствии с ФГОС СПО.

Специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими *основным видам профессиональной деятельности* (по базовой подготовке): - *маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.*

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности (ВПД) и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- умения находить и анализировать нормативные положения по рассматриваемым вопросам с учетом постоянно изменяющегося законодательства;
- обладания навыками изложения рассмотренных в литературе и возникающих на практике проблемных и спорных положений по различным вопросам курса, мнений различных авторов, формулирования и обоснования собственной позиции;
- умения излагать материал в логической последовательности, раскрывать содержание так, чтобы ответ был полным и завершенным;
- использования научной и периодической литературы, материалов юридической практики, справочно-правовых систем («ГАРАНТ», «Консультант Плюс», «Кодекс») и других электронных ресурсов и интернет-ресурсов (электронные библиотеки, официальные сайты министерств и ведомств, иные источники).

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтения целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- владеть основами российской правовой системы и законодательства, свободно ориентироваться в комплексе правовых и нравственно-этических норм в сфере профессиональной деятельности;
- владеть юридической терминологией в достаточной степени для осуществления профессиональной деятельности;
- принимать и обосновывать решения;
- использовать правовые нормы в различных сферах жизнедеятельности;
- составлять различные виды договоров;
- предпринимать необходимые меры по восстановлению нарушенных прав;
- компетентно и грамотно подходить к решению юридических вопросов в ходе исполнения профессиональных обязанностей.

знать:

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

1.3 Количество часов на освоение программы профессионального модуля

ПМ.03

всего максимальной учебной нагрузки студента – **386 час**, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **318 часов**;
- в том числе практическая подготовка – **60 часов**
- самостоятельной работы обучающегося – **68 часов**;
- учебная практика – **78 часа**;
- производственной практики - **108 часа**.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД): «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», в том числе профессиональными (ПК) и общими компетенциями (ОК), указанными в ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)			Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю), часов
			Всего, часов	в т.ч. практическая подготовка	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8
ПК 3.1, ПК 3.2	Раздел 1. Маркетинг в рекламе	146	98	40	48	-	-
ПК 3.1, ПК 3.2	Раздел 2. МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	60	40	20	20	-	-
	Учебная практика	72	-	-	-	72	-
	Производственная практика	108	-	-	-	-	108
Всего:		421	138	60	68	72	108

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 04 Организация управления процессом изготовления
рекламного проекта (продукта)**

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее примерная программа) является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация управления процессом изготовления рекламного проекта (продукта)** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области связи при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

Право на реализацию основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования имеют образовательные учреждения среднего профессионального и высшего профессионального образования при наличии соответствующей лицензии.

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

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

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего часов – 300 часов

максимальной учебной нагрузки – **676** часов, в том числе:

- самостоятельная работа обучающегося – **52** часов;
- обязательная аудиторная учебная нагрузка – **104** часов;

в том числе:

- практическая подготовка – **62** часов;
- учебная практика – **108** часов;
- производственная практика – **36** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Организация управления процессом изготовления рекламного проекта (продукта)**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных),

	результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности) часов
			Всего, часов	в т.ч. практ. занятия в форме практической подготовки, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	7	8	9	10	11
ПК 4.1, 4.2, 4.3	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	156	104	62	52	-	-	-
	Учебная практика	108					108	
	Производственная практика	36						36
Всего:		300	104	62	52	-	108	36

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05 Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный**

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальностям среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих** в соответствии с профессиональными компетенциями (ПК):

5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

5.5. Вести переговоры с заказчиком.

5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникативные технологии при получении и оформлении заказа.

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

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

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;

знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадежную рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы взаимодействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационная структура предприятий;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи.

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

всего – **280** час, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **173** часа;

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **114** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **58** часов;

практическая подготовка – **60** часов;

учебная практика – **72** часа;

производственная практика – **36** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2.	Осуществлять в качестве посредника работы по представлению рекламных услуг.
ПК 5.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 5.4.	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.5.	Вести переговоры с заказчиками.
ПК 5.6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникативные технологии при получении и оформлении заказа.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)			Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю), часов
			Всего, часов	в т.ч. практическая подготовка	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	Всего, часов (5 семестр)	Всего, часов (5 семестр)
ПК 5.1 – 5.6	Раздел 1. МДК 05.01. Организация деятельности по работе с заказчиком	172	114	60	58	-	-
	Учебная практика	72	-	-	-	72	-
	Производственная практика	36	-	-	-	-	36
Всего:		280	114	60	58	72	36

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.01 Рисунок с основами перспективы

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в профессиональный цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам.

Общие компетенции	Основные показатели оценки результатов	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного анализа.	ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в	ОК.У5. Использовать методы обмена	ОК.35. Знать способы эффективного

профессиональной деятельности.	смыслом, мыслью, идеей с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	ОК.У6. Способствовать принятию решения в условиях группы, используя различные методы дискуссии, предупреждать конфликтные ситуации или эффективно их решать.	ОК.36. Психологические основы работы в коллективе, психологические особенности личности, типологию конфликтов, правила ведения дискуссии
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	ОК.У7. Осуществлять планирование человеческих ресурсов, сопоставлять членов команды с компетенциями, необходимыми для выполнения задания, выявлять уровень понимания членами команды своей роли в выполнении задания.	ОК.37. Технологии эффективного взаимодействия в команде, правила ведения монолога, диалога, дискуссии.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	ОК.У8. Определять затруднения, помехи, трудности перехода на новый профессиональный уровень, ставить задачи и выбирать способы для преодоления существующих трудностей.	ОК.38. Методику разработки индивидуальной программы личностного роста, траектории профессионального развития.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	ОК.У9. Анализировать эффективность используемых методов, выбирать новые перспективные технологии для решения поставленных производственных задач	ОК.36. Современные технологии, направленные на решение отдельных производственных задач и источники их совершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	ОК.У10. Развивать предпринимательский образ мышления.	ОК.310. Признаки и направления предпринимательской деятельности. Методы генерации идеи.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на	ОК.У11. Использовать базовые знания иностранного языка	ОК.311. Аспекты современного развития всех составляющих

иностранном языке	для получения, переработки и передачи информации с учетом современных тенденций развития культуры.	понятия культура, иностранный язык на уровне, удовлетворяющем базовые потребности в коммуникации.
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений;	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета в электронном изображении;
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета в электронном изображении;
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи;	основные положения теории цветоведения; способы создания

	использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений	цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета в электронном изображении;
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета в электронном изображении;
ПК 2.2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде

	этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений	фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета в электронном изображении;
--	---	--

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальная учебная нагрузка обучающегося - 240 часов, в том числе:

обязательная аудиторная учебная нагрузка - 160 часов;

в том числе практическая подготовка – 64 часов;

самостоятельная работа обучающегося - 80 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	240
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	160
в том числе:	
лекции	4
практические занятия в форме практической подготовки	64
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	80
в том числе:	
<i>Работа с искусствоведческим словарем терминов и понятий. Выполнение натурных зарисовок и эскизов. Выполнение творческих эскизов</i>	
Форма аттестации	Экзамен

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 Живопись с основами цветоведения

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в профессиональный цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного анализа.	ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	ОК.У5. Использовать методы обмена смыслом, мыслью, идеей с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	ОК.35. Знать способы эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	ОК.У6. Способствовать принятию решения в условиях группы, используя различные методы дискуссии, предупреждать конфликтные ситуации или эффективно их решать.	ОК.36. Психологические основы работы в коллективе, психологические особенности личности, типологию конфликтов, правила ведения дискуссии
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	ОК.У7. Осуществлять планирование человеческих ресурсов, сопоставлять членов команды с компетенциями, необходимыми для выполнения задания, выявлять уровень понимания членами команды своей роли в выполнении задания.	ОК.37. Технологии эффективного взаимодействия в команде, правила ведения монолога, диалога, дискуссии.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	ОК.У8. Определять затруднения, помехи, трудности перехода на новый профессиональный уровень, ставить задачи и выбирать способы для преодоления существующих трудностей.	ОК.38. Методику разработки индивидуальной программы личностного роста, траектории профессионального развития.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	ОК.У9. Анализировать эффективность используемых методов, выбирать новые перспективные технологии для решения поставленных производственных задач	ОК.36. Современные технологии, направленные на решение отдельных производственных задач и источники их совершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	ОК.У10. Развивать предпринимательский образ мышления.	ОК.310. Признаки и направления предпринимательской деятельности. Методы генерации идеи.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	ОК.У11. Использовать базовые знания иностранного языка для получения, переработки и передачи информации с учетом современных тенденций развития культуры.	ОК.311. Аспекты современного развития всех составляющих понятия культура, иностранный язык на уровне, удовлетворяющем базовые потребности в коммуникации.
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений;

	цветоведения ихудожественный язык цветовых отношений;	художественный язык использования цвета вэлектронном изображении;
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения ихудожественный язык цветовых отношений	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета вэлектронном изображении;
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения ихудожественный язык цветовых отношений	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета вэлектронном изображении;
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета вэлектронном изображении;
ПК 2.2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.	выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; правильно использовать	основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объема и

	живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений	пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно- графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета в электронном изображении;
--	--	--

**Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы
учебной дисциплины (по ФГОС):**

максимальная учебная нагрузка обучающегося- 294 часов, в том числе:
обязательная аудиторная учебная нагрузка- 196 часа;
в том числе практическая подготовка – 78 часов;
самостоятельная работа обучающегося - 98 часов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ОП.02 Живопись с основами цветоведения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	294
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	196
в том числе:	
лекции	4
практические занятия в форме практической подготовки	78
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	98
в том числе:	
<i>Работа с искусствоведческим словарем терминов и понятий.</i> <i>Выполнение живописных этюдов.</i> <i>Выполнение эскизов и тематических композиций.</i>	
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.03 История изобразительного искусства**

1.1. Область применения программы

Программа общепрофессиональной дисциплины является частью профессионального цикла основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в профессиональный цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины

Код компетенций	Умения	Знания
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного анализа.	ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.

эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.		
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	ОК.У5. Использовать методы обмена смыслом, мыслью, идеей с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	ОК.35. Знать способы эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	ОК.У6. Способствовать принятию решения в условиях группы, используя различные методы дискуссии, предупреждать конфликтные ситуации или эффективно их решать.	ОК.36. Психологические основы работы в коллективе, психологические особенности личности, типологию конфликтов, правила ведения дискуссии
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	ОК.У7. Осуществлять планирование человеческих ресурсов, сопоставлять членов команды с компетенциями, необходимыми для выполнения задания, выявлять уровень понимания членами команды своей роли в выполнении задания.	ОК.37. Технологии эффективного взаимодействия в команде, правила ведения монолога, диалога, дискуссии.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	ОК.У8. Определять затруднения, помехи, трудности перехода на новый профессиональный уровень, ставить задачи и выбирать способы для преодоления существующих трудностей.	ОК.38. Методику разработки индивидуальной программы личностного роста, траектории профессионального развития.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	ОК.У9. Анализировать эффективность используемых методов, выбирать новые перспективные технологии для решения поставленных производственных задач	ОК.36. Современные технологии, направленные на решение отдельных производственных задач и источники их совершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	ОК.У10. Развивать предпринимательский образ мышления.	ОК.310. Признаки и направления предпринимательской деятельности. Методы генерации идеи.
ОК 11. Обладать экологической,	ОК.У11. Использовать базовые знания иностранного языка для	ОК.311. Аспекты современного развития всех составляющих

информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	получения, переработки и передачи информации с учетом современных тенденций развития культуры.	понятия культура, иностранный язык на уровне, удовлетворяющем базовые потребности в коммуникации.
ПК 1.1.-1.2;	- использовать свои знания в профессиональной деятельности;	- характерные черты художественных стилей различных исторических эпох; - творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов.

3.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

- максимальная учебная нагрузка обучающегося - 100 часов, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка - 66 часов;
- самостоятельная работа обучающегося - 34 часа.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	100
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	66
в том числе:	
Лекции	34
практические занятия	32
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	34
в том числе:	
- подготовка докладов	10
- работа с различными источниками информации	6
- работа со словарем терминов и понятий	5
- создание презентаций	6
- создание эскизов	6
Форма аттестации	Экзамен

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ *ОП.04 Экономика организации*

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама** (*базовая подготовка*).

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

Программа учебной дисциплины входит в *профессиональный учебный цикл*, в раздел - общепрофессиональные дисциплины.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 1.Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного	ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.

	анализа.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4.Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	ОК.У5.Использовать методы обмена смыслом, мыслью, идеей с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	ОК.35.Знать способы эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	ОК.У6.Способствоватьпринятию решения в условиях группы, используя различные методы дискуссии, предупреждать конфликтные ситуации или эффективно их решать.	ОК.36.Психологические основы работы в коллективе, психологические особенности личности, типологию конфликтов, правила ведения дискуссии
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	ОК.У7. Осуществлять планирование человеческих ресурсов, сопоставлять членов команды с компетенциями, необходимыми для выполнения задания, выявлять уровень понимания членами команды своей роли в выполнении задания.	ОК.37. Технологии эффективного взаимодействия в команде, правила ведения монолога, диалога, дискуссии.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи	ОК.У8.Определять затруднения, помехи, трудности перехода на	ОК.38.Методику разработки индивидуальной

профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	новый профессиональный уровень, ставить задачи и выбирать способы для преодоления существующих трудностей.	программы личностного роста, траектории профессионального развития.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	ОК.У9. Анализировать эффективность используемых методов, выбирать новые перспективные технологии для решения поставленных производственных задач	ОК.36. Современные технологии, направленные на решение отдельных производственных задач и источники их совершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	ОК.У10. Развивать предпринимательский образ мышления.	ОК.310.Признаки и направления предпринимательской деятельности. Методы генерации идеи.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	ОК.У11.Использовать базовые знания иностранного языка для получения, переработки и передачи информации с учетом современных тенденций развития культуры.	ОК.311.Аспекты современного развития всех составляющих понятия культура, иностранный язык на уровне, удовлетворяющем базовые потребности в коммуникации.
ПК 2.1, 3.1, 3.2	У1.Определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; У2. Разрабатывать бизнес-план организации	31.Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; 32. Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; 33. Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (ФГОС):

максимальная учебная нагрузка обучающегося - **189 часов**, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка - **126 часов**;
- практическая подготовка – **64 часа**;
- самостоятельная работа обучающегося - **63 часа**.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 Экономика организации

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	188
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	126
в том числе:	
Практическая подготовка	64
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	62
в том числе:	
<i>подготовка доклада</i>	19
<i>составление тестов</i>	6
<i>составление схемы</i>	2
<i>ответы на вопросы по изученной теме</i>	10
<i>решение задач</i>	10
<i>составление глоссария</i>	4
<i>составление презентации</i>	3
<i>составление кроссвордов</i>	8
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

1.1. Область применения программы

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

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в профессиональной подготовке и переподготовке работников в области организации и проведения работ по проектированию, монтажу, техническому обслуживанию радиоэлектронных устройств систем связи по профессиям укрупненных специальностей 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.05 Безопасность жизнедеятельности относится к профессиональному циклу учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;	-принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их	- предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;	-основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их

эффективность и качество.		реализации;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;	-основы военной службы и обороны государства;
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- применять первичные средства пожаротушения;	-задачи и основные мероприятия гражданской обороны;
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;	-способы защиты населения от оружия массового поражения;
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;	-меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции повседневной деятельности и экстремальных условиях военной	-организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;

		службы;	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.		- оказывать первую помощь пострадавшим;	-основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности		- организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;	-область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы;
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.		- предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;	-порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.		- использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;	-принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе

		национальной безопасности России;
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- применять первичные средства пожаротушения;	-основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;	-основы военной службы и обороны государства;
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;	-задачи и основные мероприятия гражданской обороны;
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	- владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;	-способы защиты населения от оружия массового поражения;
ПК 2.2. Создавать модели (макеты,	- оказывать первую помощь	-меры пожарной безопасности и правила

сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	пострадавшим;	безопасного поведения при пожарах;
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	- организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;	-организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	- предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;	-основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;	-область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы;
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	- применять первичные средства пожаротушения;	-порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;	-принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия

		терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	- применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;	-основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - **102 часа**, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - **68 часов**
- самостоятельной работы обучающегося - **34 часов**.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	32
Практические занятия	17
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	16
В том числе	
Самостоятельное выполнение рефератов:	4
1. Гражданская Оборона России. Оружие массового поражения.	
2. Способы бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях.	
Индивидуальное задание:	4
Средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения (ОМП).	
Конспектирование:	
1. Работа с информационными источниками: Федеральный закон от 21 декабря 1994 №68 ФЗ «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера». Федеральный закон от 12.02.1998 N 28-ФЗ "О гражданской обороне	4
Справка	4
«Ритуалы Вооруженных Сил Российской Федерации»	
«Дни воинской Славы»	
«Положение о Боевом знамени Вооруженных Сил Российской Федерации»	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта	

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06.В Мерчандайзинг

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина входит в вариативную часть профессионального образовательного цикла.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного анализа.	ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

4.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

- максимальная учебная нагрузка обучающегося – 110 часов, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка – 74 часа;
- в том числе практическая подготовка – 34 часа
- самостоятельная работа обучающегося – 36 часов.

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	110
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	74
в том числе: практические занятия в форме практической подготовки	34
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	36
в том числе:	
<i>Работа с техническим словарем терминов и понятий.</i>	
<i>Подготовка сообщений</i>	5
<i>Составление портфолио</i>	5
<i>Подготовка презентаций</i>	25
Форма аттестации	Дифференцированный зачет

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.07.В Реклама в интернете

1.1. Область применения программы

Программа дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Программа дисциплины входит в профессиональный учебный цикл, в раздел общепрофессиональные дисциплины вариативная часть.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК	Умения	Знания
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	ОК.У5. Использовать методы обмена смыслом, мыслью, идеями с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	ОК.35. Знать способы эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.
ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять целевую аудиторию с учетом носителя и вида рекламы в интернете; - производить расчет стоимости размещения рекламы в интернете; - подбирать ключевые слова для контекстной рекламы; 	<ul style="list-style-type: none"> - этапы развития интернет-рекламы; - специфика сегментации пользователей интернет-рекламы; - современные площадки для рекламы в интернете; - средства интернет-рекламы;

	- разрабатывать план и графики рекламной кампании в интернете; - составлять текст для рекламы в интернете с учетом носителя и вида рекламы; - определять эффективность рекламы в интернете.	- этапы проведения рекламной кампании в интернете; - способы определения эффективности рекламы в интернете.
--	---	--

5.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (ФГОС):

- максимальная учебная нагрузка обучающегося - 80 часов, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка - 60 часов;
- в том числе практическая подготовка – 14 часов
- самостоятельная работа обучающегося - 20 часов.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	80
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	60
в том числе:	
практическая подготовка	14
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	20
в том числе:	
<i>Работа с техническим словарем терминов и понятий.</i>	2
<i>Подготовка сообщений</i>	5
<i>Поиск примеров рекламы в интернете</i>	5
<i>Подготовка презентаций</i>	5
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.08.В Основы рекламной деятельности

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Программа учебной дисциплины входит в профессиональный учебный цикл, в раздел общепрофессиональные дисциплины вариативная часть.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного анализа.	ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

6.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

- максимальная учебная нагрузка обучающегося - 60 часов, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка - 42 часа;
- практическая подготовка – 18 часов;
- самостоятельная работа обучающегося - 18 часов.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	60
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	42
в том числе:	
практическая подготовка	18
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
в том числе:	18
<i>Работа с техническим словарем терминов и понятий.</i>	5
<i>Подготовка сообщений</i>	5
<i>Подготовка презентаций</i>	8
Итоговая аттестация	дифференцированный зачет

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.09.В Паблик рилейшнз

1.1. Область применения программы

Программа дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина входит в вариативную часть профессионального образовательного цикла.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК	Умения	Знания
ОК 1,2,3, 4,5,6	<ul style="list-style-type: none"> – ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем. – ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы. – ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного анализа. – ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры – ОК.У5. Использовать методы обмена смыслом, мыслью, идеей с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства. – ОК.У6. Способствовать принятию решения в условиях группы, используя различные методы дискуссии, предупреждать конфликтные ситуации или эффективно их решать. 	<p>ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.</p> <p>ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.</p> <p>ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.</p> <p>ОК.35. Знать способы эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.</p> <p>ОК.36. Психологические основы работы в коллективе, психологические особенности личности, типологию конфликтов, правила ведения дискуссии</p>
ПК 3.1. ПК 3.2	– воздействовать на целевые группы потребителей с помощью пр-	– PR в системе маркетинга

	акций, другие вложения в престиж фирмы – владеть технологиями манипулирования информацией для достижения поставленных задач – планировать и организовывать проведение ПР-кампании	– принципы организации и специфику работы PR – прямые и косвенные методы управления информацией – модели коммуникации и способы их реализации – технологии организации взаимодействия со СМИ
--	---	---

Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (ФГОС):

- максимальная учебная нагрузка обучающегося- 146 часов, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка- 98 часа;
- в том числе практическая подготовка – 42 часа;
- самостоятельная работа обучающегося- 48 часов.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	146
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	98
в том числе:	
практическая подготовка	42
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	48
в том числе:	
Работа с техническим словарем терминов и понятий.	
Подготовка сообщений	5
Составление портфолио	5
Подготовка презентаций	8
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.10 В Программное обеспечение в рекламе

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Программа учебной дисциплины входит в профессиональный учебный цикл, в раздел общепрофессиональные дисциплины вариативная часть.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Код ОК	Умения	Знания
ОК 1.	- владеть первичными профессиональными навыками и умениями, видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	-основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2.	- анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	- механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 4.	- извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	- методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ПК 1.1. 1.3 ПК 2.1 2.2 ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – включать, выключать, управлять сеансами и задачами, выполняемыми операционной системой персонального компьютера; – работать с графическими операционными системами персонального компьютера (ПК); – работать в прикладных программах: текстовых и табличных редакторах, редакторе презентаций, графических редакторах, электронной почте; – создавать рекламные проекты с использованием различного программного обеспечения. 	<ul style="list-style-type: none"> – основы работы с ПК; – основы работы с графическими операционными системами ПК; – основы работы в прикладных программах; – основы работы в текстовых и табличных редакторах; – основы работы в программе создания публикаций; – основы работы в редакторе презентаций; – основы работы в графических редакторах; – основы работы с электронной почтой.

Перечень формируемых компетенций

Общие компетенции (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

6.5. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

- максимальная учебная нагрузка обучающегося – 140 часов, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка - 96 часов;
- в том числе практическая подготовка – 54 часа;
- самостоятельная работа обучающегося - 44 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	140
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	96
в том числе:	
практические занятия в форме практической подготовки	54
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	44
в том числе:	
<i>Работа с техническим словарем терминов и понятий.</i>	10
<i>Подготовка сообщений</i>	5
<i>Составление портфолио</i>	15
<i>Подготовка презентаций</i>	15
форма аттестации	экзамен

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11.В Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Программа учебной дисциплины входит в профессиональный учебный цикл, в раздел общепрофессиональные дисциплины вариативная часть.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК	Умения	Знания
Код ОК	Умения	Знания
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	ОК.У5. Использовать методы обмена смыслом, мыслью, идеей с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	ОК.35. Знать способы эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	ОК.У10. Развивать предпринимательский образ мышления.	ОК.310. Признаки и направления предпринимательской деятельности. Методы генерации идеи.

ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 4.2	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать различные жанровые формы рекламного и PR-текста; - выявлять семантику и прагматику применяемых художественных приемов в рекламном и PR-тексте; - оценивать синонимичные языковые варианты; - проводить редакторский анализ текстов в целях их объективной характеристики и оценки; - создавать разные виды рекламного и PR-текста с учетом их жанровой специфики; - конструировать отдельные композиционные составляющие рекламного и PR-текста; - обосновывать выбор отдельных составляющих рекламного и PR-текста. 	<ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и термины текста; - жанровые характеристики рекламного и PR-текста; - технология структурного анализа рекламного и PR-текста; - принципы создания рекламного и PR-текста в разной жанровой модификации; - основные художественные приемы, применяемые в создании рекламного и PR-текста; - особенности стилистики образных средств; - особенности фонетического, лексического и фразеологического анализа текста; - технология редакторского анализа рекламного и PR-текста.
---------------------------	--	--

6.6. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (ФГОС):

- максимальная учебная нагрузка обучающегося – 138 часа, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка – 84 часов;
- в том числе практической подготовки – 44 часа
- самостоятельная работа обучающегося – 54 часа.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	138
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	84
в том числе:	
практическая подготовка	44
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	54
в том числе:	
<i>Работа с техническим словарем терминов и понятий</i>	10
<i>Анализ и составление текстов</i>	24
<i>Поиск примеров текстов из рекламной и PR-деятельности</i>	12
<i>Подготовка презентаций</i>	8
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12.В Массовые коммуникации и медиапланирование

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Программа учебной дисциплины входит в профессиональный учебный цикл, в раздел общепрофессиональные дисциплины вариативная часть.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК	Умения	Знания
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	ОК.У6. Способствовать принятию решения в условиях группы, используя различные методы дискуссии, предупреждать конфликтные ситуации или эффективно их решать.	ОК.36. Психологические основы работы в коллективе, психологические особенности личности, типологию конфликтов, правила ведения дискуссии
ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 4.1	<ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать рекламный бюджет; - планировать рекламные кампании и PR-кампании с использованием различных масс-медиа и других информационных носителей; - составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; - работать с рекламой в средствах массовой информации. 	<ul style="list-style-type: none"> - теории массовых коммуникаций; - виды коммуникаций; - специфику отдельных средств массовых коммуникаций; - основы медиапланирования.

6.7. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (ФГОС):

- максимальная учебная нагрузка обучающегося – 102 часа, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка - 66 часов;
- в том числе практическая подготовка – 34 часа;
- самостоятельная работа обучающегося - 36 часов.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	102
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	66
в том числе:	
практические занятия в форме практической подготовки	34
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	36
в том числе:	
<i>Работа с техническим словарем терминов и понятий.</i>	5
<i>Подготовка сообщений</i>	5
<i>Составление портфолио</i>	8
<i>Подготовка презентаций</i>	18
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13.В Речевое воздействие в рекламе

1.1. Область применения программы

Программа дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Программа дисциплины входит в профессиональный учебный цикл, в раздел общепрофессиональные дисциплины вариативная часть.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Цель дисциплины «Речевое воздействие в рекламе»:
сформировать целостное представление о способах речевого воздействия в устной и письменной коммуникации;

Задачи дисциплины:

- формирование комплекса знаний о содержательной специфике рекламного текста;
- рассмотрение речевой структуры письменного рекламного текста как модульного, так и традиционного типа;
- формирование представления о структуре текста и его признаках;
- изучение основных приемов речевого воздействия в текстах традиционного типа;
- изучение основных приемов речевого воздействия в модульных текстах;
- установление отличия рекламного текста традиционного типа от модульного рекламного текста;
- выработать методики обучения приемам речевого воздействия в рекламных текстах различных типов;
- сформировать практические навыки по составлению рекламного текста (линейного и модульного);

- активизировать лингвистическое чутье и языковой вкус.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

уметь:

- переводить техническое задание (линейный текст заказчика рекламы) в текст модульный или текст традиционного типа;
- определять смысловое наполнение отдельных речевых фрагментов рекламного текста и композицию текста в целом;
- ранжировать смысловые фрагменты модульного текста по степени значимости;
- размещать речевой материал на плоскости в соответствии со смысловой иерархией;
- оформлять содержание текста традиционного типа в разных стилевых манерах;
- свободно пользоваться всем арсеналом выразительных средств русской речи;
- свободно пользоваться всем арсеналом контактоустанавливающих средств русской речи;
- создавать эффективный рекламный текст любого типа и любой стилевой тональности.

знать:

- особенности содержательной специфики рекламного текста;
- речевую структуру письменного рекламного текста модульного и традиционного типа;
- приемы речевого воздействия в текстах традиционного и модульного типа;
- приемы речевого воздействия в рекламных текстах различных типов.

Перечень формируемых компетенций

Общие компетенции (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции:

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

- максимальная учебная нагрузка обучающегося - 62 часа, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка - 40 часов;
- в том числе практическая подготовка – 22 часа;
- самостоятельная работа обучающегося - 22 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	62
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	40
в том числе:	
практические занятия в форме практической подготовки	22
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
в том числе:	
<i>Работа с техническим словарем терминов и понятий</i>	2
<i>Подготовка сообщений</i>	6
<i>Поиск примеров текстов из рекламной и PR деятельности</i>	8
<i>Подготовка презентаций</i>	6
Форма аттестация	Дифференцированный зачет

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.14.В WEB-дизайн

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть профессионального образовательного цикла.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код и наименование ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- владеть первичными профессиональными навыками и умениями, видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	-основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	- механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	- методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	- осуществлять поиск рекламных идей исходя из требований групп потребителей	- методы проектирования рекламного продукта для групп потребителей
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- разрабатывать средства продвижения рекламного продукта в веб-сервисах. - создавать визуальные образы с рекламными функциями в специализированном программном обеспечении и	- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе. - специализированное программное обеспечение и веб-сервисы для создания рекламы.

	веб-сервисах.	- методы создания визуальных образов с рекламными функциями.
--	---------------	--

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (по ФГОС):

Максимальная учебная нагрузка обучающегося - 118 часов, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка 82 часа,
- в том числе практическая подготовка 36 часов
- самостоятельная работа обучающегося 36 часов.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	118
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	82
в том числе:	
практическая подготовка	36
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	36
в том числе:	
Подготовка презентации	
- информационного сайта	6
- сайта образовательного учреждения	8
- макета сайта в программе Photoshop в различных стилях	8
Подготовка презентации и выступления на тему продвижения собственного продукта	14
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.15.В Интенсив по подготовке к ДЭ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Программа учебной дисциплины входит в профессиональный учебный цикл, в раздел общепрофессиональные дисциплины вариативная часть.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК	Умения	Знания
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ОК.У1. Владеть первичными профессиональными навыками и умениями. Видеть возможности применения профессиональных навыков и умений в будущем.	ОК.31. Основные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе; варианты применения приобретенных навыков и умений в профессиональной деятельности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК.У2. Анализировать профессиональную задачу, разбивать ее на составляющие, требующие отдельного решения и планировать свою деятельность, используя эффективные методы.	ОК.32. Механизмы планирования профессиональной деятельности; методы и ресурсы, позволяющие эффективно выполнить поставленную задачу.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ОК.У3. Анализировать ситуацию, устанавливать причинно-следственную связь нестандартных ситуаций и осуществлять коррекцию деятельности на основе проведенного анализа.	ОК.33. Техники креативного мышления и методы их активизации, способы принятия решений.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ОК.У4. Извлекать информацию по нескольким основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры	ОК.34. Методы поиска информации, морально-этические и правовые нормы работы с информацией.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	ОК.У5. Использовать методы обмена смыслом, мыслью, идеей с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	ОК.35. Знать способы эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	ОК.У5. Использовать методы обмена смыслом, мыслью, идеями с учетом особенностей характера коммуникации, самобытностью самого коммуникационного пространства.	ОК.35. Знать способы эффективного установления контакта, устройства и механизмы, позволяющие осуществлять обмен фактами, действиями в процессе решения профессиональных задач.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	ОК.У8. Определять затруднения, помехи, трудности перехода на новый профессиональный уровень, ставить задачи и выбирать способы для преодоления существующих трудностей.	ОК.38. Методику разработки индивидуальной программы личностного роста, траектории профессионального развития.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	ОК.У9. Анализировать эффективность используемых методов, выбирать новые перспективные технологии для решения поставленных производственных задач	ОК.36. Современные технологии, направленные на решение отдельных производственных задач и источники их совершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	ОК.У10. Развивать предпринимательский образ мышления.	ОК.310. Признаки и направления предпринимательской деятельности. Методы генерации идеи.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	ОК.У11. Использовать базовые знания иностранного языка для получения, переработки и передачи информации с учетом современных тенденций развития культуры.	ОК.311. Аспекты современного развития всех составляющих понятия культура, иностранный язык на уровне, удовлетворяющем базовые потребности в коммуникации.
ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 3.1, ПК 5.4	Анализировать целевой рынок и продукт, подлежащий разработке в том числе с помощью стандартных инструментов интернет-аналитики Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка Определять объем затрат на продвижение торговой марки Преобразовывать требования заказчика в бриф Отражать в брифе аналитику рынка Отражать в брифе аналитику конкурентной среды Вычленять и отражать в брифе целевую аудиторию Пользоваться инструментами подбора ключевых слов в интернете Определять бюджет рекламной	Основные подходы и способы изучения рынка Способы анализа рынка и конкурентной среды Инструменты для анализа и продвижения рекламы в интернете Способы поиска и анализа ключевых слов в интернете Принципы формирования бюджета рекламной кампании Принципы выбора каналов продвижения торговой марки Способы определения эффективности рекламной кампании в интернете Принципы ликвидности выбора каналов продвижения торговой марки Структуру брифа (необходимый перечень разделов брифа) Правила оформления брифа

	<p>кампании и ее основные составляющие</p> <p>Определять каналы продвижения торговой марки и затраты на ее продвижение</p> <p>Достигать коммуникативного эффекта при выборе каналов продвижения торговой марки</p> <p>Оценивать эффективность рекламной кампании в интернете</p> <p>Использовать навыки грамотности для написания рекламных материалов:</p> <p>Использовать навыки устного общения для работы с заказчиком и аудиторией</p> <p>Производить аналитические исследования рынка и конкурентной среды</p> <p>Разрабатывать бриф исходя из требований заказчика и аналитики рынка и конкурентной среды</p> <p>Создавать рекламные тексты, в том числе и с включением в состав текста подобранных ключевых слов</p> <p>Формировать плана рекламной кампании</p> <p>Разрабатывать элементы фирменного стиля</p> <p>Разрабатывать качественные, наглядные и современные по стилю электронные презентации</p> <p>Осуществлять поиск оригинальных рекламных идей и подходов, в том числе инсайтов</p> <p>Уверенно владеть инструментарием подбора ключевых слов</p> <p>Создавать оригинальный инсайт рекламной кампании</p> <p>Подбирать оригинальный нейм</p> <p>Создавать оригинальный слоган</p> <p>Определять ключевые цели рекламной кампании</p> <p>Разрабатывать план рекламной кампании</p> <p>Определять минимальный бюджет рекламной кампании</p> <p>Варьировать способы и каналы продвижения торговой марки в интернет-среде</p>	<p>Способы наглядной визуализации и интерпретации желания заказчика</p> <p>Правила создания и оформления рекламных текстов с учетом SEO</p> <p>Принципы формирования плана рекламной кампании</p> <p>Принципы и способы первичной визуализации идей рекламной кампании</p> <p>Способы и правила разработки сайтов</p> <p>Принципы и современные облачные инструменты разработки электронных презентаций и сайтов</p> <p>Принципы творческого подхода к разработке фирменного стиля и ключевых элементов Рекламной Кампании (далее – РК)</p> <p>Принципы и инструменты подбора ключевых слов в интернете</p> <p>Значение инсайта для разработки плана рекламной кампании</p> <p>Значение нейма и слогана для разработки плана рекламной кампании</p> <p>Необходимость определения конкретных целей рекламной кампании</p> <p>Значение плана рекламной кампании</p> <p>Способы определения и расчета бюджета рекламной кампании</p> <p>Инструментарий и принципы создания и размещения сайта компании</p> <p>Современные тенденции, используемые при продвижении рекламного продукта и услуг на рынке</p> <p>Тенденции направлений развития в отрасли</p> <p>Важность соответствия брифа поставленным целям</p> <p>Важность подбора оптимальных решений по выбору каналов продвижения торговой марки</p> <p>Важность фактора</p>
--	--	--

	<p>Визуализировать идеи с помощью мудборда, графики, анимации, фото и видео</p> <p>Использовать видео, аудио и анимацию при создании сайта</p> <p>Использовать литературные навыки и приемы при создании рекламного текста и презентации</p> <p>Находить идеи и оригинальные инсайты, соответствующие целевому рынку</p> <p>Создавать, анализировать и разрабатывать проект графического оформления, отражающего результаты обсуждения, включая эстетику и композицию</p> <p>Создавать, изменять и оптимизировать изображения как для печати, так и для представления в сети в онлайн режиме</p> <p>Учитывать влияние каждого элемента, добавляемого в процессе разработки</p> <p>Использовать все требуемые для создания проекта элементы</p> <p>Уважать имеющиеся инструкции по поддержке корпоративной идентичности и стиля</p> <p>Публиковать и оптимизировать разработки (сайты, лендинг-пейджи и т.д.) в интернете</p> <p>Разрабатывать оригинальные авторские рекламные проекты</p> <p>Составлять и оформлять оригинальные тексты рекламных объявлений</p> <p>Создавать оригинальные визуальные образы с рекламными функциями</p> <p>Разрабатывать оригинальный дизайн элементов фирменного стиля</p> <p>Разрабатывать оригинальный дизайн рекламной продукции</p> <p>Использовать современные облачные конструкторы для создания презентаций, мудбордов и инфографики.</p> <p>Использовать современный стиль при оформлении электронной презентации</p> <p>Использовать современные приемы и технологии</p>	<p>оригинальности инсайта и нейма для продвижения торговой марки компании</p> <p>Современные тенденции визуализации</p> <p>Важность фактора оригинальности визуализации для продвижения торговой марки компании</p> <p>Значение цветовых решений для продвижения торговой марки компании</p>
--	---	--

	управления электронными презентациями	
--	---------------------------------------	--

6.8. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (ФГОС):

- максимальная учебная нагрузка обучающегося - 210 часа, в том числе:
- обязательная аудиторная учебная нагрузка - 142 часов;
- в том числе практическая подготовка – 136 часов
- самостоятельная работа обучающегося - 68 часов.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	210
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	142
в том числе:	
практические занятия	0
практические занятия в форме практической подготовки	136
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	68
в том числе:	
<i>Работа с техническим словарем терминов и понятий</i>	8
<i>Подготовка сообщений и рекламных проектов</i>	20
<i>Поиск примеров рекламы в интернете</i>	20
<i>Подготовка презентаций</i>	20
Промежуточная аттестация в форме экзамена	