Аннотации к рабочим программам по специальности Реклама

Оглавление

Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл .....

ОГСЭ.01 Основы философии 2
ОГСЭ.02 История 3
ОГСЭ.03 Иностранный язык 4
ОГСЭ.04 Физическая культура 5
ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи 6
ОГСЭ.06 Психология общения 7
ОГСЭ.07 Основы права 8
ОГСЭ.08 Основы финансовой грамотности 9

Математический и общий естественнонаучный учебный цикл……

ЕН.01 Математика 10
ЕН.02 Экологические основы природопользования 11
ЕН.03 Информатика 12

Общепрофессиональный цикл .....

ОП.01 Рисунок с основами перспективы 13
ОП.02 Живопись с основами цветоведения 14
ОП.03 История изобразительного искусства 15
ОП.04 Экономика организации 16
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности 17
ОП.06 История мировой культуры 18

Профессиональный цикл .....

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции 19

ПМ.02 Производство рекламной продукции 21

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта 24

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта 26

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 28

ПМ.06 Менеджмент в рекламе 30

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОГСЭ.01 ОСНОВЫ ФИЛОСОФИИ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Основы философии» является обязательной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия, познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основе формирования культуры гражданина и будущего специалиста.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные категории и понятия философии;
- роль философии в жизни человека и общества;
- основы философского учения о бытии;
- сущность процесса познания;
- основы научной, философской и религиозной картин мира;
- об условиях формирования личности, свободе и ответственности за сохранение жизни, культуры, окружающей среды;
- о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
- ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	58
в том числе:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	2
самостоятельная работа	52
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОГСЭ.02 ИСТОРИЯ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «История» является обязательной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;
- выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX и XXI);
- сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX - начале XXI в.;
- основные процессы (интеграционные, поликультурные, миграционные и иные) политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира;
- назначение ООН, НАТО, ЕС и др. структур и основные направления их деятельности;
- о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций;
- содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	58
в том числе:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	2
самостоятельная работа	52
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОГСЭ.03 ИНОСТРАННЫЙ (АНГЛИЙСКИЙ) ЯЗЫК

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Иностранный язык» является обязательной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;
- переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности;
- самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	232
в том числе:	
теоретическое обучение	2
практические занятия	36
самостоятельная работа	194
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОГСЭ.04 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Физическая культура» является обязательной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;
- выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры, композиции ритмической и аэробной гимнастики, комплексы упражнений атлетической гимнастики;
- проводить самоконтроль при занятиях физическими упражнениями;
- преодолевать искусственные и естественные препятствия с использованием разнообразных способов передвижения;
- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;
- основы здорового образа жизни;
- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний, вредных привычек и увеличение продолжительности жизни;
- способы контроля и оценки индивидуального физического развития и физической подготовленности; правила и способы планирования системы индивидуальных занятий физическими упражнениями различной направленности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	344
в том числе:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	34
самостоятельная работа	306
Промежуточная аттестация проводится в форме *дифференцированного зачета*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОГСЭ.05 РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Русский язык и культура речи» является вариативной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами;
- анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи;
- пользоваться всеми видами словарей;
- владеть нормами словоупотребления, определять лексическое значение слова;
- употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой и стилистическими особенностями создаваемого текста;
- различать стилевую принадлежность текстов.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- различия между языком и речью;
- функции языка как средства формирования и трансляции мысли;
- специфику устной и письменной речи;
- нормы устной и письменной речи русского литературного языка;
- правила продуцирования текстов разных деловых жанров.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	84
в том числе:	
теоретическое обучение	6
практические занятия	8
самостоятельная работа	70
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОГСЭ.06 ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Психология общения» является вариативной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;
- использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- цели, функции, виды и уровни общения;
- техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения;
- механизмы взаимопонимания в общении;
- вербальные и невербальные средства общения;
- взаимосвязь общения и деятельности;
- роли и ролевые ожидания в общении;
- виды социальных взаимодействий;
- этические принципы общения;
- источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	96
в том числе:	
теоретическое обучение	10
практические занятия	10
самостоятельная работа	76
Промежуточная аттестация проводится в форме *дифференцированного зачета*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОГСЭ.07 ОСНОВЫ ПРАВА

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Основы права» является вариативной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- ориентироваться в правовом пространстве;
- пользоваться основными нормативными актами общего и профильного назначения;
- работать с материалами основных Кодексов Российской Федерации;
- различать полномочия государственных органов; виды судопроизводства; полномочия правоохранительных органов, адвокатуры, нотариата, прокуратуры;
- применить полученные знания при работе с конкретными нормативно-правовыми актами.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные правовые понятия - основные положения Конституции Российской Федерации;
- основные правовые нормы общих и специальных отраслей права;
- механизмы реализации и способы защиты прав человека и гражданина в России, органы и способы международно-правовой защиты прав человека;
- юридическую ответственность и её виды.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
- ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	76
в том числе:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	6
самостоятельная работа	66
Промежуточная аттестация проводится в форме *дифференцированного зачета*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОГСЭ.08 ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Основы финансовой грамотности» является вариативной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- применять теоретические знания по финансовой грамотности для практической деятельности и повседневной жизни;
- сопоставлять свои потребности и возможности, оптимально распределять свои материальные и трудовые ресурсы, составлять семейный бюджет и личный финансовый план;
- грамотно применять полученные знания для оценки собственных экономических действий в качестве потребителя, налогоплательщика, страхователя, члена семьи и гражданина;
- анализировать и извлекать информацию, касающуюся личных финансов, из источников различного типа и источников, созданных в различных знаковых системах;
- использовать банковские карты, электронные деньги;
- пользоваться банкоматом, мобильным банкингом, онлайн-банкингом;
- определять назначение видов налогов, рассчитывать НДФЛ, применять налоговые вычеты, заполнять налоговую декларацию;
- оценивать и принимать ответственность за рациональные решения и их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- структуру семейного бюджета и экономику семьи;
- депозит и кредит; накопления и инфляция, роль депозита в личном финансовом плане, понятия о кредите, его виды и характеристики, роль кредита в личном финансовом плане;
- хранение, обмен и перевод денег, различные виды платежных средств;
- пенсионное обеспечение: государственная пенсионная система, формирование личных пенсионных накоплений;
- виды ценных бумаг; сферы применения различных форм денег; основные элементы банковской системы; виды платежных средств;
- налоги (понятие, виды налогов, налоговые вычеты, налоговая декларация);
- признаки мошенничества на финансовом рынке в отношении физических лиц.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	68
в том числе:	
теоретическое обучение	6
практические занятия	8
самостоятельная работа	54
Промежуточная аттестация проводится в форме *дифференцированного зачета*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ЕН.01 МАТЕМАТИКА

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Математика» является обязательной частью математического и общего естественнонаучного цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- применять математические методы для решения профессиональных задач;
- решать текстовые задачи;
- выполнять приближенные вычисления;
- проводить элементарную статистическую обработку информации и результатов исследований, представлять полученные данные графически.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- понятия множества, отношения между множествами, операции над ними;
- понятия величины и ее измерения; историю создания систем единиц величины;
- этапы развития понятий натурального числа и нуля; системы счисления;
- понятия текстовой задачи и процесса ее решения;
- историю развития геометрии;
- основные свойства геометрических фигур на плоскости и в пространстве;
- правила приближенных вычислений; методы математической статистики.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
- ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка;
- ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки изображений.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	60
в том числе:	
теоретическое обучение	2
практические занятия	6
самостоятельная работа	52
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ЕН.02 ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Экологические основы природопользования» является обязательной частью математического и общего естественнонаучного цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов производственной деятельности, причины возникновения экологических аварий и катастроф; выбирать методы, технологии и аппараты утилизации газовых выбросов, стоков, твердых отходов;
- определять экологическую пригодность выпускаемой продукции;
- оценивать состояние экологии окружающей среды на производственном объекте.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- виды, классификацию природных ресурсов; условия устойчивого состояния экосистем;
- задачи охраны окружающей среды, природоресурсный потенциал и охраняемые природные территории РФ; основные источники и масштабы образования отходов производства;
- основные источники техногенного воздействия на окружающую среду, способы предотвращения и улавливания выбросов, методы очистки промышленных сточных вод, принципы работы аппаратов обезвреживания и очистки газовых выбросов и стоков, основные технологии утилизации газовых выбросов, стоков, твердых отходов;
- правовые основы, правила, нормы природопользования и экологической безопасности;
- принципы и методы рационального природопользования, мониторинга окружающей среды, экологического контроля и экологического регулирования.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
- ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	48
в том числе:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	-
самостоятельная работа	44
Промежуточная аттестация проводится в форме *дифференцированного зачета*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ЕН.03 ИНФОРМАТИКА

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Информатика» является обязательной частью математического и общего естественнонаучного цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать изученные прикладные программные средства;
- использовать средства операционных систем и средств для обеспечения работы вычислительной техники.
- подбирать и использовать прикладные программы для решения профессиональных задач

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- применение программных методов планирования и анализа проведенных работ;
- виды автоматизированных информационных технологий;
- основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (ЭВМ) и вычислительных систем;
- основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации;
- прикладное программное обеспечение для профессиональной деятельности специалиста по рекламе.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;
- ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг;
- ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки изображений.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	102
в том числе:	
теоретическое обучение	12
практические занятия	10
самостоятельная работа	80
Промежуточная аттестация проводится в форме *дифференцированного зачета*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОП.01 РТСУНОК С ОСНОВАМИ ПЕРСПЕКТИВЫ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Рисунок с основами перспективы» является обязательной частью общепрофессионального цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике;
- выполнять линейные построения предметов, интерьера, улицы, фигуры человека;
- выполнять тональный рисунок;
- выполнять стилизованную графику, выдерживая единство стиля;
- применение изображения фигуры человека в композиции.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные положения теории перспективы;
- способы линейного построения объектов;
- конструкция светотени;
- профессиональную методику выполнения графической работы;
- приёмы графической стилизации;
- пропорционирование головы, деталей лица, фигуры человека и её частей.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;
- ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей;
- ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы;
- ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты;
- ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы;
- ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	309
в том числе:	
теоретическое обучение	22
практические занятия	30
самостоятельная работа	257
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОП.02 ЖИВОПИСЬ С ОСНОВАМИ ЦВЕТОВЕДЕНИЯ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Живопись с основами цветоведения» является обязательной частью общепрофессионального цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- 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 стилизованное изображение с использованием цвета;
- использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции;
- особенности работы с разными живописными техниками;
- способы создания цветом объёма и пространства;
- методику использования цвета в живописном этюде фигуры человека;
- возможности живописно-графических стилизаций;
- методы создания стилизованных живописных изображений;
- художественный язык использования цвета в электронном изображении.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;
- ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей;
- ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы;
- ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты;
- ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы;
- ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	306
в том числе:	
теоретическое обучение	6
практические занятия	6
самостоятельная работа	294
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОП.03 ИСТОРИЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «История изобразительного искусства» является обязательной частью общепрофессионального цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать свои знания в профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;
- творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
- ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;
- ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей;
- ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	123
в том числе:	
теоретическое обучение	10
практические занятия	6
самостоятельная работа	107
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОП.04 ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Экономика организации» является обязательной частью общепрофессионального цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;
- разрабатывать бизнес-план организации.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен 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.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;
- 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;
- ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта;
- ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению;
- переговоров, а также владеть технологиями продаж.
- ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг;
- ПК 6.2. Владеть современными технологиями продвижения бренда;
- ПК 6.3. Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	84
в том числе:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	4
самостоятельная работа	76
Промежуточная аттестация проводится в форме *дифференцированного зачета*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОП.05 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является обязательной частью общепрофессионального цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий ЧС; предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;
- использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения; применять первичные средства пожаротушения; оказывать первую помощь пострадавшим.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России; основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации; порядок и правила оказания первой помощи;
- задачи и основные мероприятия гражданской обороны; способы защиты населения от оружия массового поражения; меры пожарной безопасности и правила поведения при пожарах;
- организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на неё в добровольном порядке; основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в ЧС;
- ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;
- ПК 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции;
- ПК 2. Производство рекламной продукции;
- ПК 3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;
- ПК 4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	102
в том числе:	
теоретическое обучение	6
практические занятия	6
самостоятельная работа	90
Промежуточная аттестация проводится в форме *дифференцированного зачета*	

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины

ОП.06 ИСТОРИЯ МИРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

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.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной программы.

Дисциплина «История мировой культуры» является вариативной частью общепрофессионального цикла.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- узнавать изученные произведения и соотносить их с определенной эпохой, стилем, направлением; устанавливать стилевые и сюжетные связи между произведениями разных видов искусства; пользоваться различными источниками информации о мировой культуре;
- выполнять учебные и творческие задания (доклады, сообщения);
- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для выбора путей своего культурного развития и организации личного и коллективного досуга, выражения собственного суждения о произведениях классики и современного искусства.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные виды и жанры искусства;
- изученные направления и стили мировой художественной культуры;
- шедевры мировой художественной культуры;
- особенности языка различных видов искусства.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
- ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	123
в том числе:	
теоретическое обучение	20
практические занятия	-
самостоятельная работа	103
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена*	

Аннотация к рабочей программе профессионального модуля

ПМ.01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1. Область применения программы.

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

2. Место модуля в структуре основной профессиональной программы.

Профессиональный модуль является обязательной частью профессионального цикла.

3. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения дисциплины.

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

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- проектирования базовых элементов визуальной идентификации (фирменного стиля);
- стилизации при построении рекламного образа;
- разработки творческой идеи рекламного продукта;
- составления рекламных текстов на основе разработанной творческой стратегии;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты; применять техники создания рекламного текста;
- разрабатывать композиционное, графическое и цветовое решение элементов фирменного стиля;
- применять приемы стилизации при создании рекламного образа;
- ориентироваться в исторических эпохах и стилях;
- разрабатывать многовариативные композиционные решения рекламного продукта;
- применять способы интенсификации творческого мышления для разработки творческой идеи;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя;
- стилистические приемы создания элементов фирменного стиля;
- способы стилизации и ее возможности для разработки рекламного образа;
- современное состояние дизайна в различных областях экономической
- деятельности;
- основные жанры рекламного творчества;
- механизмы построения, творческие приемы и принципы разработки рекламного сообщения, в том числе рекламного текста.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	630
в том числе:	
теоретическое обучение	24
практические занятия	26
курсовое проектирование	2
самостоятельная работа	398
учебная практика	180
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена по модулю*	

5. Содержание обучения по профессиональному модулю.

МДК.01.01. ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА.

Тема 1.1. Место графического дизайна и реклама в современном мире.
Тема 1.2. Пропорционирование и стайлинг.
Тема 1.3. Алфавиты в промышленном дизайне.
Тема 1.4. Промграфика и современная упаковка.
Тема 2.1. Методы оптимизации процесса проектирования.
Тема 2.2. Проектирование систем визуальной коммуникации.
Тема 2.3. Комплексное проектирование рекламной акции.
Тема 2.4. Объёмно-пространственная реклама и окружающая среда.

МДК.01.02. РАЗРАБОТКА ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА.

Теоретические материалы:
Тема 1. Творческая идея в рекламе.
Тема 2. Этапы творческого процесса создания рекламы.
Тема 3. Методы поиска творческих решений.
Тема 4. Маркетинговое планирование как основа рекламной стратегии.
Тема 5. Разработка названий для товаров.
Тема 6. Реклама как семиотическая система.
Тема 7. Название товара и бренд.
Тема 8. Реклама и искусство.
Тема 9. Оценка художественной ценности рекламного продукта.
Материалы к практическим занятиям:
Тема 1. Творческая рекламная стратегия и ее компоненты.
Тема 2. Методологические подходы к разработке творческой концепции рекламы середины XX–начала XXI в.
Тема 3. Психология потребителя как объект рекламного воздействия.
Тема 4. Рекламная концепция и рекламная идея.
Тема 5. Практические аспекты нейминга.
Тема 6. Бренд. Практические аспекты брендирования.
Тема 7. Разработка творческой идеи для рекламной полиграфии и наружной рекламы.
Тема 8. Разработка концепции рекламы для сети Интернет.
Тема 9. Разработка творческой концепции рекламы на радио.
Тема 10. Разработка концепции рекламы на телевидении.

Аннотация к рабочей программе профессионального модуля

ПМ.02. ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1. Область применения программы.

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Производство рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций:

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.

2. Место модуля в структуре основной профессиональной программы.

Профессиональный модуль является обязательной частью профессионального цикла.

3. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения дисциплины.

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;
- создавать и редактировать мультимедийные данные;
- использовать программные продукты для решения задач по созданию конкретного рекламного продукта;
- применять технические и программные средства для создания и редактирования рекламной фотографии;
- приемы профессиональной ретуши фотоматериалов для создания рекламной продукции;
- применять технические средства для создания рекламного видео;
- применять программное обеспечение для редактирования и монтажа рекламного видео;
- способы создания и редактирования аудиоматериала;

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;
- способы создания текстовой, графической, аудиовизуальной составляющих рекламной продукции;
- приемы работы с растровой и векторной графикой в различных программных средах;

- жанрово-тематические особенности фотоматериалов;
- приемы профессиональной ретуши фотоматериалов;
- жанрово-тематические особенности видеоматериалов;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	618
в том числе:	
теоретическое обучение	34
практические занятия	34
самостоятельная работа	406
производственная практика	144
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена по модулю*	

5. Содержание обучения по профессиональному модулю.

МДК.02.01. ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ.

Теоретические материалы:

Тема 1. Психология восприятия рекламного продукта потребителем.

Тема 2. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.

Материалы к практическим занятиям:

Тема 1. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта.

Тема 2. Семиотика рекламы.

Тема 3. Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе.

Тема 4. Жанры рекламы.

Тема 5. Разработка стратегии рекламного текста.

Тема 6. Копирайтинг и его основные понятия.

Тема 7. Художественное редактирование рекламы.

Тема 8. Художественный образ в создании рекламного объявления.

Тема 9. Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации.

Тема 10. Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации.

МДК.02.02. ПРОЕКТНАЯ КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА И МУЛЬТИМЕДИА.

Теоретические материалы:

Тема 1. Основы компьютерной графики.

Тема 2. Представление графических данных.

Материалы к практическим занятиям:

Тема 1. Растровая и векторная графика.

Тема 2. Свет и цвет в компьютерной графике.

Тема 3. Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта.

Тема 4. Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.

Тема 5. Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта.

Тема 6. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта.

Тема 7. Основы проектирования web-страниц.

МДК.02.03. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОЙ ФОТОГРАФИИ.

Тема 1.1. Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки
Тема 1.2 Основы экспонометрии.
Тема 1.3 Свет и освещение.
Тема 1.3.1 Студийное оборудование, освещение. Постановка света в студии.
Тема 1.4 Светофильтры и оптические насадки.
Тема.2.1. Основы фотокомпозиции.
Тема.2.2 Фотосъемка жанра.
Тема 2.2.1 Социальная фотография.
Тема 2.3 Фоторепортаж и фоторепродукция.
Тема 3.1 Цветоделение и цветовоспроизведение.
Тема 3.1.1 Цветовые модели (RGB, CMY, CMYK) и цветовые системы (HSV, XYZ, Lab).
Тема 3.2 Особенности съемки цветной и черно-белой фотографии.
Тема 3.3. Основы цифровой обработки фотоизображения и вывода их на печать.

МДК.02.04. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОГО ВИДЕО.

Теоретические материалы:
Тема 1. Кино и телевидение.
Тема 2. Принципы телевизионного сигнала и возможности передачи его зрителю.
Тема 3. Поиск выразительных средств на пути от немого кино к звуковому кинематографу.
Тема 4. Телевидение как вид искусства: телевизионный фильм, информация и реклама.
Тема 5. История телевизионного ролика, функции рекламного ролика.
Тема 6. Фестивали ТВ рекламы, формы их проведения.
Тема 7. Методы воздействия телевизионной рекламы на аудиторию.
Тема 8. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции.
Материалы к практическим занятиям:
Тема 1. Выразительность кадра.
Тема 2. Видеосигнал, передача цвета.
Тема 3. Линейный и нелинейный монтаж видеофильма.
Тема 4. Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения.
Тема 5. Съемка статичной и движущейся камерами.
Тема 6. Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика.
Тема 7. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы.
Тема 8. Освещение при видеосъёмке. Экспонометрия.
Тема 9. Разработка рекламного ролика.
Тема 10. Подготовительный процесс.
Тема 11. Съемочный процесс.
Тема 12. Видеомонтаж, кадр и монтаж.
Тема 13. Монтажно - тонировочный период.

Аннотация к рабочей программе профессионального модуля

ПМ.03. МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1. Область применения программы.

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций:

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

2. Место модуля в структуре основной профессиональной программы.

Профессиональный модуль является обязательной частью профессионального цикла.

3. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения дисциплины.

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

иметь практический опыт:

- определения показателей ассортимента;
- распознавания товаров по ассортиментной принадлежности;
- оценки качества товаров в соответствии с установленными требованиями, установление градации качества;
- расшифровки маркировки; контроля режима и сроков хранения товаров;
- соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам, упаковке, условиям и срокам хранения;

уметь:

- формировать и анализировать торговый (производственный) ассортимент;
- оценивать качество товаров и устанавливать их градации качества;
- рассчитывать товарные потери и списывать их; идентифицировать товары;
- соблюдать оптимальные условия и сроки хранения и транспортирования, санитарно-эпидемиологические требования к ним;

знать:

- теоретические основы товароведения: основные понятия, цели, задачи, принципы,
- функции, методы, основополагающие товароведные характеристики и факторы, влияющие на них; виды товарных потерь, причины их возникновения и порядок списания;
- классификацию ассортимента, товароведные характеристики продовольственных и непродовольственных товаров однородных групп, оценку их качества, маркировку;
- условия и сроки транспортирования и хранения, санитарно-эпидемиологические требования к ним;
- особенности товароведения продовольственных и непродовольственных товаров.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	375
в том числе:	
теоретическое обучение	16
практические занятия	6
самостоятельная работа	209
учебная практика	144
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена по модулю*	

5. Содержание обучения по профессиональному модулю.

МДК.03.01. МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ.

Теоретические материалы:

Тема 1. Понятие рекламы. История рекламы. Виды рекламы. Виды рекламных средств.

Тема 2. Информационные материалы связей общественностью и их виды. Средства распространения рекламы.

Тема 3. Понятие маркетинга. Принципы, цели и задачи маркетинга.

Тема 4. Товар. Классификация товара Жизненный цикл товара. Фирменный стиль товара. Понятие бренда.

Тема 5. Потребители. Классификация потребителей. Принятие решения о покупке. Основные этапы при принятии решения о покупке.

Тема 6. Стимулирование сбыта. Анализ потребления. Сбытовая политика. Мероприятия стимулирования сбыта.

Тема 7. Маркетинговые исследования. Выявление проблем, формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.

Тема 8. Организация маркетинговой деятельности. Система планирования и организации службы маркетинга на рекламном предприятии.

Тема 9. Бизнес-план. Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана.

Материалы к практическим занятиям:

Тема 1. Анализ видов рекламных средств, направленных на продвижение рекламного продукта.

Тема. 2. Планирование рекламной кампании: классификация, цели проведения, выбор стратегии и принципы построения.

Тема.3. Разработка мероприятий, анкеты для исследования предпочтений целевых групп потребителей Анализ результатов исследований предпочтений целевых групп потребителей.

Тема.4. Сегментирование рынка.

Тема.5. Выбор средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей. Разработка средств продвижения рекламного продукта.

Тема 6. Анализ маркетинговой части бизнес-плана рекламного агентства. Составление плана разработки маркетинговой части бизнес-плана.

МДК.03.02. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Теоретические материалы:

Тема 1. Основы законодательства РФ. Понятие рекламного права и рекламного законодательства. Принципы рекламного права.

Тема 2. Понятие и признаки рекламной информации. Требования к рекламе.

Тема 3. Специальные требования к отдельным видам рекламы.

Тема 4. Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа её распространения.

Тема 5. Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Тема 6. Гражданско-правовые отношения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Договоры в сфере рекламы.

Материалы к практическим занятиям:

Тема 1. Общие требования к рекламе.

Тема 2. Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг.

Аннотация к рабочей программе профессионального модуля

ПМ.04. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1. Область применения программы.

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций:

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.

2. Место модуля в структуре основной профессиональной программы.

Профессиональный модуль является обязательной частью профессионального цикла.

3. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения дисциплины.

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;
- подготовка документации для регистрации авторских прав;
- организации собственной предпринимательской деятельности в области рекламы;

уметь:

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

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента;
- способы эффективного планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- приемы проведения презентации рекламного продукта;
- алгоритм подготовки авторской документации для регистрации авторских прав;
- сущность и основы предпринимательской деятельности;
- экономические основы предпринимательства;
- основы организации предпринимательской деятельности.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	183
в том числе:	
теоретическое обучение	10
практические занятия	10
самостоятельная работа	91
производственная практика	72
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена по модулю*	

5. Содержание обучения по профессиональному модулю.

МДК.04.01. МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Тема 1.1. Общая теория управления в рекламе.
Тема 1.2. Эволюция менеджмента в индустриальный период развития общества.
Тема 2.1. Рекламная организация как объект управления.
Тема 2.2. Факторы внутренней среды рекламной организации.
Тема 2.3. Внешняя среда рекламной организации.
Тема 2.4. Понятие и свойство систем.
Тема 3.1. Организация взаимодействий и полномочий в рекламных организациях.
Тема 3.2. Создание организации.
Тема 3.3. Коммуникация в рекламном бизнесе.
Тема 4.1. Принятие решений в рекламном бизнесе.
Тема 4.2. Роль вероятности в принятии решений.
Тема 4.3. Роль личности в принятии решений.
Тема 4.4. Прогнозирование.
Тема 4.5. Мотивация в системе менеджмента.
Тема 5.1. Классификация рекламной деятельности и ее принципы.
Тема 5.2. Рекламная деятельность в системе маркетинга.
Тема 6.1. Реклама как составная часть общественного мнения.
Тема 6.2. Фирменный стиль в рекламе: товарные знаки, логотипы.
Тема 7.1. Организация рекламодателя.
Тема 7.2. Организационная структура рекламной службы фирмы.
Тема 7.3. Формирование рекламного бюджета.
Тема 7.4. Рекламная кампания.
Тема 8.1. Рекламные исследования как основы планирования рекламной деятельности.
Тема 8.2. Система рекламного планирования.
Тема 8.3. Реализация рекламной стратегии в определенных планах рекламных компаний.
Тема 9.1. Понятие, уровни контроля рекламной деятельности.
Тема 9.2. Тактический контроль в рекламе.
Тема 9.3. Стратегический внутрифирменный контроль.

Аннотация к рабочей программе профессионального модуля

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

1. Область применения программы.

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих** и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.

ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки изображений.

2. Место модуля в структуре основной профессиональной программы.

Профессиональный модуль является обязательной частью профессионального цикла.

3. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения дисциплины.

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

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования 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;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;

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;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;

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 ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы взаимодействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру организаций;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства;
- основные виды производства рекламного продукта;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	300
в том числе:	
теоретическое обучение	10
практические занятия	20
самостоятельная работа	162
производственная практика	108
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена по модулю*	

5. Содержание обучения по профессиональному модулю.

МДК.05.01. ОВЛАДЕНИЕ УМЕНИЯМИ И НАВЫКАМИ ПО ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО 20032 «АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ».

Тема 1.1. Сфера деятельности агента по рекламе.

Тема 1.2. Роль и обязанности рекламного агента.

Тема 1.3. Рекламный процесс и его участники.

Тема 1.4. Предоставление рекламных услуг.

Тема 1.5. Понятие, сущность и структура рекламного агентства.

Тема 1.6. Рекламные материалы.

Тема 1.7. Деятельность по поиску и привлечению клиентов.

Тема 1.8. Рекламная деятельность BTL – агентств.

Тема 1.9. POS – материалы и их классификация.

Тема 1.10. Переговоры с заказчиком рекламы.

Тема 1.11. Организация размещения рекламы.

Тема 1.12. Выбор медианосителей в зависимости от специфики аудитории и специфики рекламируемого объекта.

Тема 2.1. Организационная техника.

Тема 2.2. Персональный компьютер. Локальные сети.

Тема 2.3. Периферийное оборудование.

Тема 2.4. Офисные средства связи.

Аннотация к рабочей программе профессионального модуля

ПМ.06. МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ

1. Область применения программы.

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Менеджмент в рекламе** и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 6.1. Координировать и контролировать информационное обеспечение рекламной деятельности в Интернете, системе СМИ и массовых коммуникаций.

ПК 6.2. Владеть современными технологиями продвижения бренда.

ПК 6.3. Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий.

ПК 6.4. Использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия.

2. Место модуля в структуре основной профессиональной программы.

Профессиональный модуль является вариативной частью профессионального цикла.

3. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения дисциплины.

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

иметь практический опыт:

- создания рекламного ролика в интернете;
- организации собственного интернет-сообщества с целью продвижения товара/услуги;
- запуска рекламной интернет-кампании;
- создания газетно-журнального контента;
- создания телепрограммы;
- конструирования бренда и организации брендингового процесса;
- использования методик исследования образа бренда;
- применения концепции брендинга на практике;
- организации event-мероприятий различных видов: деловых, массовых, корпоративных;
- проектирования event-мероприятия;
- применения теоретических основ при планировании и проведении event-мероприятий;
- создания рекламного продукта;
- документирования работы с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта;
- совместной работы сотрудников рекламного предприятия;

уметь:

- определять оплаченный материал в интернете;
- выявлять нативную рекламу и контент-маркетинг внутри интернет-наполнения любого сайта; создавать любой вид интернет-рекламы;
- продвигать товар/услугу в социальных сетях;
- отличать различные виды прессы, телеканалов, радиостанций по тематическим признакам; составлять недельную сетку вещания телеканала;
- использовать невербальную коммуникацию при налаживании диалога;
- искать необходимые данные для стабильного функционирования СМИ;
- понимать принципы дальнейшего развития СМИ в России;
- самостоятельно проводить оценку бренда;
- на основе анализа конкурентоспособности создавать бренд предприятия;
- разрабатывать стратегические планы продвижения бренда;
- применять методы анализа бренда;
- внедрять результаты анализа эффективности бренда торговой организации;
- рассчитывать бюджет event-мероприятия разного уровня;
- привлекать внимание к event-мероприятию средствами рекламы, PR и другими видами маркетинговых коммуникаций;

- разрабатывать этапы планирования и организации event-мероприятия;
- вести переговоры с партнерами и подрядчиками event-проекта;
- оценивать перспективы развития рекламного бизнеса;
- разбираться в бизнес-процессах рекламного предприятия и способах их оптимизации;
- классифицировать виды рекламных услуг и рекламного производства;
- разрабатывать этапы планирования и организации рекламных компаний;

знать:

- виды рекламы в интернете; разновидности рекламы в социальных сетях;
- метод «воронки продаж»; основные рекламные алгоритмы;
- эффективные приемы продвижения товара/услуги в интернете;
- особенности современного рынка интернет-рекламы;
- последние тенденции развития рекламной отрасли;
- современное состояние газетной, телевизионной и радио индустрии в России;
- элементы информационного рынка России;
- основные печатные издания и принципы их работы;
- особенности современного российского телевидения;
- современное состояние радиовещания в России;
- тенденции развития СМИ как системы в России;
- основные принципы создания брендов; основы стратегического брендинга;
- методы создания корпоративного бренд-менеджмента;
- виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бренда торговой организации;
- основные принципы организации event-мероприятий;
- типологию, классификацию и различия видов event-мероприятий;
- компетенции и обязанности event - менеджера;
- виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности организации специальных событий;
- теоретические основы и принципы функционирования рекламного бизнеса;
- основных субъектов российского рекламного рынка и их роль в организации рекламного производства;
- организационно-правовые основы рекламного бизнеса;
- виды профессий в рекламном бизнесе и требования к ним.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы	1093
в том числе:	
теоретическое обучение	88
практические занятия	58
курсовое проектирование	2
самостоятельная работа	765
производственная практика	180
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена по модулю*	

5. Содержание обучения по профессиональному модулю.

МДК.06.01. ОСНОВЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ.

Тема 1. Теория межкультурной коммуникации.
Тема 2. Культура как социальный феномен.
Тема 3. Культура: функции, основные характеристики и элементы.
Тема 4. Сущность и формы межкультурной коммуникации.
Тема 5. Виды коммуникации.
Тема 6. Стереотипы сознания.
Тема 7. Коммуникация в разных культурах.
Тема 8. Межкультурные различия при употреблении языка.
Тема 9. Социально-психологические основы межкультурной коммуникации.
Тема 10. Кросскультурные тренинги.

МДК.06.02. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА.

Тема 1. Основы управления в рекламе.
Тема 2. Финансовые вопросы. Бизнес-планирование.
Тема 3. Рекламное планирование. Управление бюджетами.
Тема 4. Взаимоотношения с людьми. Управление собой.
Тема 5. Управленческие решения.
Тема 6. Управление средой. Управление будущим.
Тема 7. Роль, место стратега в коммуникационном процессе. История дисциплины.
Тема 8. Сегодняшние компетенции для профессий будущего.

МДК.06.03. КОММУНИКАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тема 1. Научные истоки коммуникационного менеджмента.
Тема 2. Коммуникационный менеджмент: сущность, структура, функции.
Тема 3. Роль коммуникации в управлении коммерческой организацией.
Тема 4. Управление внешними коммуникациями компании.
Тема 5. Управление внутренними коммуникациями компании.
Тема 6. Управление информационными ресурсами в организации.
Тема 7. Способы совершенствования организационных коммуникаций.
Тема 8. Управление формальными и неформальными коммуникациями в организациях.
Тема 9. Коммуникационный этикет.

МДК.06.04. КОНСАЛТИНГ В РЕКЛАМЕ.

Тема 1. Эволюция взглядов на консалтинг.
Тема 2. Содержание консультационной деятельности.
Тема 3. Процесс консультирования.
Тема 4. Диагноз, модели, методы, средства в консультировании.
Тема 5. Услуги профессиональных консультантов в сфере рекламы.
Тема 6. Профессиональная компетентность консультанта.
Тема 7. Принципы выстраивания отношений между консультантом и клиентом.
Тема 8. Консультирование в массовой межкультурной коммуникации.
Тема 9. Содержание и специфика политического консалтинга.

МДК.06.05. КОНФЛИКТОЛОГИЯ.

Тема 1.1. Конфликтология: предмет, история и значение в обществе.
Тема 1.2. Социальные конфликты: природа, структура, динамика и их виды.
Тема 2.1. Организационные конфликты: особенности протекания.
Тема 2.2. Внутриличностные, межличностные и групповые конфликты: специфика и формы проявления.
Тема 3.1. Поведение личности в межличностных, межгрупповых и внутригрупповых конфликтах в профессиональной среде.
Тема 3.2. Управление социальными конфликтами: прогнозирование и предупреждение.
Тема 3.3. Переговорный процесс и медиация как технологии регулирования конфликтов.

МДК.06.06. ВВЕДЕНИЕ В СИСТЕМУ СМИ И КОММУНИКАЦИЙ.

Тема 1. Введение в дисциплину. Основные понятия.
Тема 2. Аудитория и инфраструктура российских СМИ.
Тема 3. Система средств массовой информации: периодическая печать, радио, телевидение, сетевые издания.
Тема 4. Система законодательства о СМИ в России.
Тема 5. Менеджмент и редакционная политика.
Тема 6. Основные этапы выпуска СМИ.
Тема 7. Средства массовой коммуникации.
Тема 8. Социальные функции и основные предпосылки развития массовой коммуникации.
Тема 9. Роль средств массовой коммуникации.
Тема 10. Системный подход в социологическом изучении коммуникативного процесса.

МДК.06.07. ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ ПИАР-АКЦИИ.

Тема 1. PR-кампания, акция: определение, сущностные характеристики, типология.
Тема 2. Структура pr-кампании, акции.
Тема 3. Коммуникационный аудит.
Тема 4. Ситуационный анализ.
Тема 5. Стратегическое планирование.
Тема 6. Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования pr-кампании, акции.
Тема 7. Формирование бюджета pr-кампании, акции.
Тема 8. Оценка эффективности pr-кампании, акции.
Тема 9. Технологии PR как эффективный инструментарии реализации PR-кампании, акции.

МДК.06.08. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ.

Тема 1.1. Основы бренд-менеджмента.
Тема 1.2. Типология брендов: архитектура и портфель брендов компании.
Тема 1.3. Функции и специфика торговой марки.
Тема 1.4. Создание торговой марки.
Тема 1.5. Атрибуты и позиционирование торговых марок.
Тема 2.1. Типология создания торговых марок.
Тема 2.2. Управление торговой маркой.
Тема 2.3. Международные и глобальные бренды.
Тема 2.4. Торговая марка в России.
Тема 2.5. Оценка стоимости бренда.

МДК.06.09. КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тема 1.1. Ведение креативного менеджмента.
Тема 1.2. Организация творческого процесса. Нелинейные принципы управления.
Тема 2.1. Современные технологии мышления. Логика креативности.
Тема 2.2. Управление индивидуальной и командной креативностью. Техника творчества.
Тема 2.3. Содержание и прикладные аспекты креативного менеджмента.
Тема 2.4. Управление творческими коллективами и креативным процессом.
Тема 3.1. Основные методы креативного менеджмента.
Тема 3.2. Практика реализации креативного менеджмента.
Тема 3.3. Системная креативность и технологии разработки и реализации эффективных управленческих решений.

МДК.06.10. ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.

Тема 1.1. Природа и сущность этики деловых отношений.
Тема 1.2. Этика деятельности организации.
Тема 1.3. Этика деятельности руководителя.
Тема 2.1. Деловое общение и управление им.
Тема 2.2. Манипуляции в общении.
Тема 3.1. Деловые приемы и их виды.
Тема 3.2. Приветствие и представление в деловой среде.
Тема 3.3. Критика и ее этические аспекты.