



1920

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Кубанский государственный университет»  
Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ:  
  
Ректор \_\_\_\_\_ М.Б. Астапов  
«29» мая 2015 г.  
Решение ученого совета КубГУ  
от 29 мая 2015 г. № 12

**Программа подготовки специалистов среднего звена  
среднее профессиональное образование  
по специальности**

**42.02.01 Реклама**

Специалист по рекламе

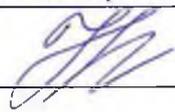
Базовая подготовка

Форма обучения  
очная

Краснодар 2015

Программа подготовки специалистов среднего звена разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 мая 2014 г. № 501, зарегистрирован в Министерстве юстиции 26 июня 2014 г. (рег. № 32859)

Ответственные разработчики:

Иваненко Олег Павлович	Преподаватель ИНСПО КубГУ	
Потапенко Оксана Викторовна	Преподаватель ИНСПО КубГУ	

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и Реклама.

протокол № 10 от « 22 » мая 2015г.

Председатель предметно-цикловой комиссии:

 Иваненко О.П.

« 22 » мая 2015 г.

Согласовано (работодатели):

<p>Директор PR-Агентства ООО «Игры Разума» г. Краснодар</p>		 <p>В.В. Полицкий</p>
<p>Специалист по рекламе ООО «Кедр»</p>		 <p>Е.И. Блюкцова</p>
<p>Директор РИАОО «ОК ПРЕСС» г. Краснодар</p>		 <p>И.Г. Красних</p>

## Содержание

1. Общие положения образовательной программы ПССЗ СПО	5
1.1 Образовательная программа подготовки специалистов среднего звена СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки в очной форме обучения, реализуемая ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»	5
1.2 Нормативные документы для разработки образовательной программы подготовки специалистов среднего звена СПО 42.02.01 Реклама	5
1.3 Общая характеристика ПССЗ СПО	7
1.3.1 Цель (миссия) получения среднего профессионального образования по образовательной программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама	7
1.3.2 Срок освоения образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки в очной форме обучения с присваиваемой квалификацией	8
1.3.3 Трудоемкость образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки	8
1.3.4 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения образовательной программы подготовки специалистов среднего звена СПО 42.02.01 Реклама	9
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама	9
2.1 Область профессиональной деятельности выпускника	9
2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника	9
2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника	9
2.4 Задачи профессиональной деятельности выпускника	9
3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения образовательной ПССЗ СПО	10
3.1 Общие компетенции	10
3.2 Профессиональные компетенции	11
3.3 Матрица соответствия компетенций учебным дисциплинам, модулям	11
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки	12
4.1 Календарный учебный график	12
4.2 Учебный план	12
4.2.1 Организация учебного процесса и режим занятий	12
4.2.2 Общеобразовательный цикл	14
4.2.3 Формирование вариативной части образовательной программы ПССЗ СПО	16
4.2.4 Порядок аттестации обучающихся	17
4.3 Рабочие программы учебных дисциплин, модулей (в	

соответствии с требованиями к РП)	18
4.4 Программы практик	20
5. Фактическое ресурсное обеспечение образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки	21
5.1 Кадровое обеспечение	21
5.2 Учебно-методическое и информационно-библиотечное обеспечение	21
5.3 Материально-техническое обеспечение	24
5.4 Условия реализации профессионального модуля «Выполнение работ по профессии»	26
5.5 Базы практик	26
5.6 Информация по созданию условий для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	27
6. Характеристика среды вуза, обеспечивающей развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников	28
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама	35
7.1 Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	35
7.2 Программа государственной итоговой аттестации выпускников ПССЗ СПО, требования к выпускным квалификационным работам по специальности 42.02.01 Реклама	36
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ</b>	<b>38</b>
Приложение 1. Учебный план, календарный учебный график	
Приложение 2. Матрица соответствия компетенций учебным дисциплинам, модулям	
Приложение 3. Рабочие программы, аннотации учебных дисциплин, модулей	
Приложение 4. Программы, аннотации практик	
Приложение 5. Программа государственной итоговой аттестации	

## **1. Общие положения образовательной программы ПССЗ СПО**

### **1.1 Образовательная программа подготовки специалистов среднего звена СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки в очной форме обучения, реализуемая ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»**

ПССЗ специальности 42.02.01 Реклама реализуется Институтом среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «КубГУ» по программе базовой подготовки на базе основного общего образования.

ПССЗ представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную университетом с учетом требований регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта специальности среднего профессионального образования (ФГОС СПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от «12» мая 2014 года.

ПССЗ регламентирует цель, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии организации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по специальности и включает в себя учебный план, рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей, программы практик, программу государственной итоговой аттестации и другие методические материалы, обеспечивающие качественную подготовку обучающихся.

ПССЗ ежегодно пересматривается и обновляется в части содержания учебных планов, состава и содержания рабочих программ дисциплин, рабочих программ профессиональных модулей, программ практик, программы государственной итоговой аттестации и методических материалов, обеспечивающих качество подготовки обучающихся.

ПССЗ реализуется в совместной образовательной, производственной, общественной и иной деятельности обучающихся и педагогических работников и иных сотрудников ФГБОУ ВО «КубГУ».

### **1.2 Нормативные документы для разработки образовательной программы подготовки специалистов среднего звена СПО 42.02.01 Реклама**

Настоящий учебный план образовательной программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования (ПССЗ СПО) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кубанский государственный университет» Институт среднего профессионального образования разработан на основе федерального государственного образовательного стандарта специальности среднего профессионального образования (далее – СПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки

Российской Федерации № 510 от 12.05.2014, зарегистрированного Министерством юстиции (рег. № 32859 от 26.06.2014) 42.02.01 Реклама и на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, с учетом профиля получаемого профессионального образования.

Нормативную правовую основу разработки ППСЗ составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. от 13 июля 2015 г);

- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего (полного) общего образования (утвержден приказом Минобрнауки России от 17 мая 2012 г. № 413);

- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 октября 2013 г. №1199 «Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования»;

- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 июня 2013г. № 464 г. Москва «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (с изменениями);

- приказ Минобрнауки России от 16 августа 2013 г. № 968 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 18 апреля 2013 г. № 291 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования»;

- приказ Министерства образования и науки РФ от 9 января 2014 г. № 2 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

- Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов, утвержденные Министерством образования и науки Российской Федерации №ДЛ-1/05вн от 22 января 2015 г.;

- Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации «Методические рекомендации по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы в образовательных организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена» от 20 июля 2015 №06-846;

- Устав ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»;

- Положение об ИНСПО
- Федеральные и локальные нормативные правовые акты, регламентирующие учебный процесс в высшем учебном заведении, реализующем образовательные программы среднего профессионального образования.

### **1.3 Общая характеристика ППССЗ СПО**

#### **1.3.1 Цель (миссия) получения среднего профессионального образования по образовательной программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама**

ППССЗ имеет целью развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности.

Выпускник КубГУ (квалификация Специалист по рекламе) при освоении ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама готовится к следующим видам деятельности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- Производство рекламной продукции.
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

Основная профессиональная образовательная программа ориентирована на реализацию следующих принципов:

- приоритет практико-ориентированных знаний выпускника;
- ориентация на развитие профессиональной сферы;
- формирование потребности к постоянному развитию и инновационной деятельности в профессиональной сфере, в том числе и к продолжению образования;
- формирование готовности принимать решения и профессионально действовать в нестандартных ситуациях;
- ориентация на развитие местного и регионального профессиональных сообществ.

Основными пользователями ППССЗ являются:

- педагогические работники и сотрудники ФГБОУ ВО «КубГУ»;
- поступающие для обучения, обучающиеся, их родители (официальные представители);
- администрация и коллективные органы управления университетом;
- работодатели.

### 1.3.2 Срок освоения образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки в очной форме обучения с присваиваемой квалификацией

Нормативный срок освоения ППССЗ базовой подготовки при очной форме обучения на базе основного общего образования составляет 3 года 10 месяцев.

Срок освоения ППССЗ по очной форме обучения для лиц, обучающихся на базе основного общего образования, увеличен на 52 недели.

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	Наименование квалификации и базовой подготовки	Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки при очной форме получения образования
среднее общее образование	Специалист по рекламе	2 года 10 месяцев
основное общее образование		3 года 10 месяцев

### 1.3.3 Трудоемкость образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки

Трудоемкость освоения обучающимися ППССЗ включает все виды аудиторной и самостоятельной работы, практики и время, отводимое на контроль качества освоения образовательной программы.

Учебные циклы	Число недель
Аудиторная нагрузка	125
Самостоятельная работа	
Учебная практика	4
Производственная практика (по профилю специальности)	19
Производственная практика (преддипломная)	4
Промежуточная аттестация	7
Государственная итоговая аттестация	6
Каникулярное время	34
<b>Итого:</b>	<b>199</b>

### 1.3.4 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения образовательной программы подготовки специалистов среднего звена СПО 42.02.01 Реклама

Для освоения образовательной программы поступающий должен иметь документ об основном общем образовании.

Поскольку обучение по специальности «Реклама» предполагает наличия определенных творческих способностей, в качестве дополнительного испытания абитуриент выполняет задание творческой

направленности. Требования к работе и критерии оценки творческого задания ежегодно размещаются на сайте КубГУ.

## **2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама**

### **2.1 Область профессиональной деятельности выпускника**

Область профессиональной деятельности выпускника: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

### **2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника**

Объектами профессиональной деятельности выпускника являются:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии;
- первичные трудовые коллективы.

### **2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника**

Специалист по рекламе готовится к следующим видам деятельности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- Производство рекламной продукции.
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- Выполнение обязанности рекламного агента.

### **2.4 Задачи профессиональной деятельности выпускника**

Задачами профессиональной деятельности выпускника являются:

- выбор художественной формы реализации рекламной идеи;
- создание визуального образа с рекламными функциями;
- художественное конструирование рекламных продуктов по

заданию;

- выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовка к производству рекламного продукта;
- производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- выявление требований целевых групп потребителей;
- разработка средств продвижения рекламного продукта;
- разработка маркетинговой части бизнес-плана;
- планирование, разработка и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирование соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействие с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

### **3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения образовательной ППСЗ СПО**

#### **3.1 Общие компетенции**

Специалист по рекламе должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

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

	личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### 3.2 Профессиональные компетенции

Специалист по рекламе должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

Вид профессиональной деятельности	Код компетенции	Наименование профессиональных компетенций
Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	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.
Производство рекламной продукции	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.
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
	ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
	ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
	ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,	ПК 5.1.	Выполнять обязанности рекламного агента

должностям служащих		
------------------------	--	--

### **3.3 Матрица соответствия компетенций учебным дисциплинам, модулям**

Матрица соответствия компетенций учебным дисциплинам, модулям представлена в Приложении 2.

## **4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки**

### **4.1 Календарный учебный график**

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и государственную итоговую аттестации, каникулы.

Календарный учебный график приведен в структуре учебного плана в Приложении 1.

### **4.2 Учебный план**

Учебный план образовательной программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования (ППССЗ СПО) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кубанский государственный университет» разработан на основе федерального государственного образовательного стандарта специальности среднего профессионального образования (далее – СПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014, зарегистрированного Министерством юстиции (рег. № 32859 от 26.06.2014) 42.02.01 Реклама и на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, с учетом профиля получаемого профессионального образования.

## 4.2.1 Организация учебного процесса и режим занятий

Организация учебного процесса осуществляется в соответствии с расписанием занятий, графиком учебного процесса и образовательной программы ПССЗ СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Организация учебного процесса предполагает:

- начало учебных занятий – 1 сентября, окончание – в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса;

- продолжительность учебной недели – 6 дней;

- продолжительность занятий – 1 час 30 мин. (сгруппированы парами);

- максимальный объем учебной нагрузки обучающегося составляет 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и самостоятельной работы по освоению образовательной программы ПССЗ СПО;

- максимальный объем аудиторной учебной нагрузки при очной форме получения образования составляет 36 академических часов в неделю;

- общий объем каникулярного времени в учебном году на 1,2 курсах составляет 11 недель, на 3-м курсе 10 недель, на 4-м курсе 2 недели (в том числе не менее двух недель в зимний период);

- текущий контроль знаний осуществляется в форме устного (письменного) опроса на лекциях, практических и семинарских занятиях; проверки выполнения письменных самостоятельных работ и расчетно-графических работ; защиты лабораторных работ, контрольных работ, тестирования (письменного или компьютерного), коллоквиумов (письменной или устной форме); проверки рефератов;

- основным видом текущего контроля является внутрисеместровая аттестация, которая проводится за один месяц до начала сессии;

- консультации для обучающихся предусматриваются в объеме 4 – х часов на каждого обучающегося в учебной группе на каждый учебный год, в том числе в период реализации образовательной программы среднего общего образования;

Практика является обязательным разделом образовательной программы ПССЗ СПО и представляет собой особый вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. При реализации образовательной программы ПССЗ СПО предусматриваются следующие виды практик: учебная практика, производственная практика (по профилю специальности), производственная практика (преддипломная). Учебная практика, производственная практика (по профилю специальности), производственная практика (преддипломная) проводятся концентрированно; производственная практика по профилю специальности и преддипломная практика проводятся концентрированно.

Учебная практика проводится в учебных кабинетах и лабораториях либо в организациях, направление деятельности которых соответствует

профилю подготовки обучающихся; производственная практика (по профилю специальности и преддипломная) – в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Учебным планом предусматривается 27 недель учебной и производственной практики, в том числе:

Учебная практика 4 недели

Производственная практика (по профилю специальности) 19 недель

Производственная практика (преддипломная) 4 недели

Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в день, освобожденный от других форм учебной нагрузки. Промежуточная аттестация в форме зачета или дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на освоение соответствующей учебной дисциплины, междисциплинарного курса; система оценок – отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно. На промежуточную аттестацию (экзамены) отводится 7 недель.

Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты дипломного проекта (дипломной работы).

Обязательная часть максимальной учебной нагрузки образовательной программы ПССЗ СПО по специальности 42.02.01 Реклама составляет 3252 часа, вариативная часть – 1392 часа.

Обязательная часть общего гуманитарного и социально-экономического цикла (ОГСЭ) образовательной программы ПССЗ СПО предусматривает изучение следующих обязательных дисциплин: «Физическая культура», «История», «Основы философии», «Иностранный язык».

По дисциплине «Физическая культура» еженедельно предусматривается 2 часа обязательных аудиторных занятий и 2 часа самостоятельной работы за счет участия в различных спортивных клубах, секциях.

Обязательная часть профессионального цикла предусматривает изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности». Объем часов на дисциплину составляет 68 часов, из них на освоение основ военной службы – 48 часов. С юношами по основам военной службы проводятся учебные сборы (приказ Министра обороны и Министерства образования и науки № 96/134 от 24 февраля 2010 г. «Об утверждении Инструкции об организации обучения граждан Российской Федерации начальным знаниям в области обороны и их подготовки по основам военной службы в образовательных учреждениях среднего (полного) общего образования, образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования и учебных пунктах»). Учебные сборы проводятся в каникулярное время и не учитываются при расчете учебной нагрузки. Образовательное учреждение имеет право для подгрупп девушек

использовать часть учебного времени дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» (48 часов), отведенного на изучение основ военной службы, на освоение основ медицинских знаний.

#### 4.2.2 Общеобразовательный цикл

Получение среднего общего образования осуществляется в пределах образовательной программы ПССЗ СПО по специальности 42.02.01 Реклама на базе основного общего образования. Образовательная программа разработана на основе соответствующих федеральных государственных образовательных стандартов среднего общего и среднего профессионального образования с учетом гуманитарного профиля.

Общеобразовательный цикл образовательной программы ПССЗ СПО формируется в соответствии с «Рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учётом требований ФГОС и получаемой специальности СПО» направленными письмом Министерства образования и науки Российской Федерации Департаментом государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО от 17.03.2015г. № 06 – 259.

Объём времени, выделенный в основной образовательной программе ПССЗ СПО на реализацию среднего общего образования, составляет 1404 часа.

Нормативный срок образовательной программы ПССЗ СПО по специальности при очной форме получения образования для лиц, обучающихся на базе основного общего образования, увеличивается на 52 недели (1 год) из расчета:

теоретическое обучение (при обязательной учебной нагрузке 36 час. в нед.)	39 нед.
промежуточная аттестация	2 нед.
каникулярное время	11 нед.

Изучение общеобразовательных дисциплин осуществляется на 1 курсе.

На освоение дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности» отводится 70 часов (приказ Минобрнауки России от 20.09.2008 г. № 241), на физическую культуру – по три часа в неделю (приказ Министерства образования и науки России от 30.08.2010 г. № 889).

Промежуточная аттестация обучающихся при освоении программы среднего общего образования предусмотрена по окончании изучения каждой учебной дисциплины и проводится в форме экзаменов, дифференцированных зачетов, зачетов.

По учебной дисциплине БД.02 «Физическая культура» промежуточная аттестация проводится в первом и втором семестрах в форме зачета.

Предусмотрены экзамены по следующим дисциплинам: «Русский язык и литература. Русский язык», «История», «Обществознание (включая экономику и право)», «Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия».

#### 4.2.3 Формирование вариативной части образовательной программы ПССЗ СПО

Вариативная часть составляет 30 процентов от общего времени, отведенного на освоение образовательной программы, и составляет 1392 часа максимальной нагрузки, 928 часов обязательной нагрузки.

При распределении вариативной части учитывались требования работодателей к выпускникам в части подготовки к профессиональной деятельности и необходимость уточнения конкретизации углубления умений, знаний в соответствии с ФГОС СПО.

Объем часов распределен следующим образом.

Добавлены новые дисциплины.

Индекс	Учебные дисциплины	Количество часов
<b>ОГСЭ.00</b>	<b>Общий гуманитарный и социально – экономический цикл</b>	<b>166</b>
ОГСЭ.05	Русский язык и культура речи	64
ОГСЭ.06	Социальная психология	38
ОГСЭ.07	Основы социологии и политологии	64
<b>П</b>	<b>Профессиональный учебный цикл</b>	<b>590</b>
<b>ОП.00</b>	<b>Общепрофессиональные дисциплины</b>	<b>532</b>
ОП.06	Композиция	72
ОП.07	Психология в рекламе	64
ОП.08	Сервисная деятельность	48
ОП.09	Реклама в СМИ	32
ОП.10	PR-технологии	64
ОП.11	Телевизионная реклама	64
ОП.12	Реклама на радио	48
ОП.13	Интернет-реклама	38
ОП.14	Политическая реклама	38
ОП.15	Профессиональная этика и реклама	64
<b>ПМ.02</b>	<b>Производство рекламной продукции</b>	<b>58</b>
МДК.02.05	Рекламный текст	58

Выполнено увеличение объема времени освоения общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей в

соответствии с требованиями работодателей в целях повышения уровня усвоения содержания обязательной части для улучшения подготовленности обучающихся к указанным в ФГОС СПО видам деятельности.

Индекс	Учебные дисциплины, профессиональные модули, междисциплинарные курсы	Количество часов
<b>П</b>	<b>Профессиональный учебный цикл</b>	<b>172</b>
<b>ОП.00</b>	<b>Общепрофессиональные дисциплины</b>	<b>90</b>
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	30
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	30
ОП.03	История изобразительного искусства	30
<b>ПМ</b>	<b>Профессиональные модули</b>	<b>82</b>
<b>ПМ.01</b>	<b>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>	<b>30</b>
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	30
<b>ПМ.02</b>	<b>Производство рекламной продукции</b>	<b>32</b>
МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии	16
МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео	16
<b>ПМ.03</b>	<b>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>	<b>10</b>
МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности	10
<b>ПМ.04</b>	<b>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>	<b>10</b>
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	10

#### 4.2.4 Порядок аттестации обучающихся

Формы промежуточной аттестации при освоении профессиональных модулей и учебных дисциплин следующие: зачет, дифференцированный зачет, экзамен.

Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в день, освобожденный от других форм учебной нагрузки. Промежуточная аттестация в форме зачета или дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на освоение соответствующей учебной дисциплины или профессионального модуля.

После изучения программы профессионального модуля: теоретической части модуля (МДК) и прохождения практик по модулю проводится экзамен (квалификационный), который представляет собой форму независимой оценки результатов обучения с участием работодателей. Экзамен (квалификационный) проверяет готовность

обучающегося к выполнению указанного вида профессиональной деятельности и сформированности у него компетенций.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы в форме дипломного проекта (дипломной работы).

Обязательное требование - соответствие тематики выпускной квалификационной работы содержанию одного или нескольких профессиональных модулей. Обучающемуся предоставляется право выбора темы ВКР, в том числе предложения тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения.

На подготовку к защите выпускной квалификационной работы отводится 4 недели. Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты дипломного проекта (дипломной работы), на которую отводится 2 недели.

#### **4.3 Рабочие программы учебных дисциплин, модулей (в соответствии с требованиями к РП)**

Рабочие программы учебных дисциплин разработаны в соответствии с Положением о рабочей программе учебной дисциплины (профессионального модуля) по программам подготовки специалистов среднего звена, реализуемых в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кубанский государственный университет» и его филиалах, рассмотрены и одобрены на заседании предметно-цикловых комиссий, согласованы с работодателями, утверждены директором ИНСПО.

Учебный план по объему, составу циклов и набору дисциплин, профессиональных модулей соответствует федеральному государственному образовательному стандарту по специальности.

Подготовка специалистов по рекламе осуществляется на основе профессиональной подготовкой. Для подготовки квалифицированного специалиста необходимо изучение следующих дисциплин и профессиональных модулей:

Программы базовых дисциплин:

БД.01 Иностранный язык

БД.02 Физическая культура

БД.03 Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия

БД.04 Основы безопасности жизнедеятельности

БД.05 Информатика

БД.06 География

БД.07 Экология

БД.08 Естествознание

Программы профильных дисциплин:

ПД.01 Русский язык и литература. Русский язык

ПД.02 Русский язык и литература. Литература

ПД.03 История

ПД.04 Обществознание (включая экономику и право)

Программы дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического цикла:

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.04 Физическая культура

ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

Программы дисциплин математического и общего естественнонаучного цикла:

ЕН.01 Математика

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

Программы дисциплин и профессиональных модулей профессионального цикла:

Программы общепрофессиональных дисциплин:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Композиция

ОП.07 Психология в рекламе

ОП.08 Сервисная деятельность

ОП.09 Реклама в СМИ

ОП.10 PR-технологии

ОП.11 Телевизионная реклама

ОП.12 Реклама на радио

ОП.13 Интернет-реклама

ОП.14 Политическая реклама

ОП.15 Профессиональная этика и реклама

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

ПМ.02 Производство рекламной продукции

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

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

Рабочие программы профессиональных модулей разработаны в соответствии с Положением о рабочей программе учебной дисциплины (профессионального модуля) по программам подготовки специалистов среднего звена, реализуемых в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кубанский государственный университет» и его филиалах, рассмотрены и одобрены на заседании предметно-цикловой комиссии, согласованы с работодателями, утверждены директором ИНСПО.

Рабочие программы и аннотации учебных дисциплин и модулей приведены в Приложении 2.

#### **4.4 Программы практик**

Программы учебной, производственной (по профилю специальности) и производственной (преддипломной) практик разработаны на основе Положения о практике студентов, обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кубанский государственный университет» и в его филиалах.

Учебная и производственная практики проводятся на базе рекламных агентств города Краснодара и Краснодарского края.

Учебным планом предусмотрено:

- проведение учебной практики - 4 недели;
- проведение производственной практики (по профилю специальности) - 19 недель;
- проведение производственной практики (преддипломной) - 4 недели.

После прохождения учебной, производственной (по профилю специальности) практик обучающиеся сдают дифференцированный зачет. Дифференцированный зачет после прохождения производственной практики (преддипломной) предусматривает контроль освоенных профессиональных компетенций при выполнении практических заданий и при решении профессиональных задач.

Программы и аннотации практик приведены в Приложении 3.

### **5. Фактическое ресурсное обеспечение образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки в ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»**

#### **5.1 Кадровое обеспечение**

Реализация ППССЗ по специальности обеспечивается педагогическими

кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Преподаватели, отвечающие за освоение обучающимися профессионального учебного цикла, имеют опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже 1 раза в 3 года.

## **5.2 Учебно-методическое и информационно-библиотечное обеспечение**

ППССЗ обеспечивается учебно-методической документацией по всем дисциплинам, междисциплинарным курсам и профессиональным модулям ППССЗ.

Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением и обоснованием расчета времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Реализация ППССЗ обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) ППССЗ. Во время производственной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет.

Каждый обучающийся обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий).

Библиотечный фонд укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам всех учебных циклов, изданной за последние 5 лет.

Библиотечный фонд, помимо учебной литературы, включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания в расчете 1 - 2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Каждому обучающемуся обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, состоящего не менее чем из 3 наименований российских журналов.

ФГБОУ ВО «КубГУ» предоставляет обучающимся возможность оперативного обмена информацией с российскими образовательными организациями и доступ к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет.

В библиотеке есть читальный зал на 100 человек. Студенты имеют возможность оперативного доступа к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет через персональные компьютеры (компьютерный класс, читальный зал библиотеки).

С целью обеспечения доступа к информационным ресурсам лиц с ограниченными возможностями здоровья в Зале мультимедиа Научной

библиотеки КубГУ (к.А.218) оборудованы автоматизированные рабочие места для пользователей с возможностями аудиовосприятия текста. Компьютеры оснащены накладками на клавиатуру со шрифтом Брайля, колонками и наушниками. На всех компьютерах размещено программное обеспечение для чтения вслух текстовых файлов. Для воспроизведения звуков человеческого голоса используются речевые синтезаторы, установленные на компьютере. Поддерживаются форматы файлов: AZW, AZW3, CHM, DjVu, DOC, DOCX, EML, EPUB, FB2, HTML, LIT, MOBI, ODS, ODT, PDB, PDF, PRC, RTF, TCR, WPD, XLS, XLSX. Текст может быть сохранен в виде аудиофайла (поддерживаются форматы WAV, MP3, MP4, OGG и WMA). Программа также может сохранять текст, читаемый компьютерным голосом, в файлах формата LRC или в тегах ID3 внутри звуковых файлов формата MP3. При воспроизведении такого звукового файла в медиаплеере текст отображается синхронно. В каждом компьютере предусмотрена возможность масштабирования.

Для создания наиболее благоприятных условий использования образовательных ресурсов лицами с ограниченными возможностями здоровья, в электронно-библиотечных системах (ЭБС), доступ к которым организует библиотека, предусмотрены следующие сервисы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

Многоуровневая система навигации ЭБС позволяет оперативно осуществлять поиск нужного раздела. Личный кабинет индивидуализирован, то есть каждый пользователь имеет личное пространство с возможностью быстрого доступа к основным смысловым узлам.

При чтении масштаб страницы можно увеличить, можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание текста непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа, например, **Jaws**, «**Balabolka**».

Скачиваемые фрагменты в формате pdf, содержащие подтекстовый слой, достаточно высокого качества и могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройств для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

В ЭБС представлена медиатека, которая включает в себя около 3000 тематических **аудиокниг** различных издательств. В 2015 году контент ЭБС начал пополняться книгами и учебниками в международном стандартизированном формате Daisy для незрячих, основу которого составляют гибкая навигация и защищенность контента. Количество таких книг и учебников в ЭБС увеличивается ежемесячно.

ЭБС издательства «Лань» <https://e.lanbook.com>

Реализована возможность использования читателями **мобильного** приложения, позволяющего работать в режиме оффлайн для операционных систем iOS и Android. Приложение адаптировано для использования

незрячими пользователями: чтение документов в формате PDF и ePUB, поиск по тексту документа, оффлайн-доступ к скачанным документам. Функция «Синтезатор» позволяет работать со специально подготовленными файлами в интерактивном режиме: быстро переключаться между приложениями, абзацами и главами, менять скорость воспроизведения текста синтезатором, а также максимально удобно работать с таблицами в интерактивном режиме.

ЭБС «Юрайт» <https://biblio-online.ru>,

ЭБС «ZnaniUM.COM» <http://znaniUM.com>,

ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>

В ЭБС имеются **специальные версии сайтов** для использования лицами с ограничениями здоровья по зрению. При чтении книг и навигации по сайтам применяются функции масштабирования и контрастности текста.

На сайте КубГУ также имеется специальная версия для слабовидящих, позволяющая лицам с ограничениями здоровья по зрению просматривать страницы и документы с увеличенным шрифтом и контрастностью, что делает навигацию по страницам сайта, том числе и Научной библиотеки, более удобным.

Единая информационно-образовательная среда Кубанского государственного университета реализована на базе университетского портала <http://www.kubsu.ru>, объединяющего основные автоматизированные информационные системы, обеспечивающие образовательную и научно-исследовательскую деятельность вуза:

- Автоматизированная информационная система «Управления персоналом»;

- «База информационных потребностей» (<http://infoneeds.kubsu.ru>), содержащая всю информацию об учебных планах и рабочих программах по всем направлениям подготовки, данные о публикациях и научных достижениях преподавателей.

- Автоматизированная информационная система «Приемная кампания», обеспечивающая обработку данных абитуриентов.

- Базы данных научных исследований и интеллектуальной собственности.

- Интегрированная автоматизированная информационная система «Управление учебным процессом».

- Два раздела среды динамического модульного обучения (<http://moodle.kubsu.ru> и <http://moodlews.kubsu.ru>), используемые для создания электронных учебных курсов и их применения в учебном процессе.

- Электронное хранилище документов (<http://docspace.kubsu.ru>), предназначенное для размещения документов диссертационных советов и электронных учебников.

- Электронная среда для совместной работы по созданию информационных ресурсов (<http://wiki.kubsu.ru>).

Система проведения вебинаров на базе программного продукта Cisco Webex позволяет использовать дистанционные технологии в учебном процессе.

Студенты и преподаватели имеют персональные пароли доступа к университетской сети, использование которых позволяет получить доступ к университетской сети Wi-Fi и личным кабинетам, работать в компьютерных классах, используя лицензионное прикладное программное обеспечение, получать доступ из дома к университетским информационным Система личных кабинетов позволяет автоматически сформировать общедоступное личное портфолио, реализовать доступ к информационным ресурсам вуза, автоматизировать передачу информации различным группам пользователей. Реализовано управление информационными потоками, обеспечивающее информационное взаимодействие между различными службами вуза.

### **5.3 Материально-техническое обеспечение**

ФГБОУ ВО «КубГУ» располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторных работ и практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

#### **Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений**

##### **Кабинеты:**

социально-экономических дисциплин;  
иностранного языка (лингвфонные кабинеты);  
математики и информатики;  
истории изобразительных искусств;  
рисунка и живописи;  
экологии и безопасности жизнедеятельности;  
экономики и менеджмента;  
шрифтовой и художественной графики;  
цветоведения;  
проектирования рекламного продукта;  
методический.

##### **Лаборатории:**

информатики и вычислительной техники;  
компьютерного дизайна;  
информационных и коммуникационных технологий;  
компьютерной графики и видеомонтажа;  
фотолаборатория

##### **Мастерские:**

багетная.

Полигоны:

мини-типография.

Студии:

видеостудия;

фотостудия.

Спортивный комплекс:

- спортивные залы;
- тренажерный зал общефизической подготовки;
- бассейн;
- открытый стадион широкого профиля с элементами полосы препятствий;
- интерактивный стрелковый тир (Рубин).

Залы:

- библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет.

Для обеспечения безопасности образовательного процесса все учебные кабинеты и лаборатории оснащены системой оповещения о пожаре, журналами, в которых содержится информация о технике безопасности, планы эвакуации размещены в коридорах соответствующих корпусов.

Оборудованы компьютерные классы, оснащенные достаточным количеством современных компьютеров с доступом в сеть Интернет, объединенных в локальную сеть. Ресурсы компьютерных классов используется не только на занятиях информатики, но и с целью организации контроля знаний студентов по другим дисциплинам. Аудитории оборудованы мультимедийными установками, интерактивными досками.

Для проведения занятий по физической культуре используется спортивный зал физического воспитания, оборудованный необходимым спортивным инвентарем (мячами, гимнастическими матами, гранатами, ядрами, дисками и т.д.), проводятся занятия на открытом стадионе широкого профиля с элементами полосы препятствий, с беговыми дорожками, баскетбольной площадкой. Кроме того, имеется тренажерный и гимнастический залы, электронный тир.

#### **5.4 Условия реализации профессионального модуля «Выполнение работ по профессии»**

В соответствии с учебным планом ПИССЗ СПО по специальности 42.02.01 Реклама предусмотрена реализация профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих путем прохождения учебной практики, целью которой является формирование у обучающихся профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности: Агент рекламный.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности обучающийся в ходе освоения профессионального модуля

должен:

иметь практический опыт:

выполнения обязанностей агента рекламного

уметь:

- Осуществлять в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, выполнению комплекса мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач.
- Заключать договоры или соглашения между доверителем и посредником, определяющие характер и объем работ, которые необходимо выполнить за счет и от имени доверителя, а также их оплату по действующим тарифам или условиям договора (соглашения).
- Информировать потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, раскрывая (не присущие другим) их специфические особенности, о практическом использовании объекта рекламы.

знать:

- нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся торговой деятельности;
- законодательство о рекламе;
- виды рекламы и основы организации рекламной деятельности;
- перспективы развития отрасли, предприятия, учреждения, организации, производящих рекламируемую продукцию и оказывающих услуги;
- требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам;
- основы организации связи со средствами массовой информации, приемы и методы делового общения и ведения переговоров;
- правила внутреннего трудового распорядка.

## 5.5 Базы практик

Основными базами учебной и производственной практик (по профилю специальности, преддипломной) являются рекламные агентства г. Краснодара и Краснодарского края, с которыми у ФГБОУ ВО «КубГУ» оформлены договорные отношения. Имеющиеся базы практики обеспечивают возможность прохождения практик в соответствии с учебным планом.

Сведения о базах практик:

№	Базы практик
1.	ООО Event PR- агентство «Игры разума»

2.	АО Издательский дом «Комсомольская правда» Краснодарский филиал
3.	ФК «Краснодар»
4.	Рекламное агентство «ООО Смородина»

Базы учебной и производственной практик пересматриваются ежегодно с учетом требований ФГОС СПО.

## **5.6 Информация по созданию условий для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Организация образовательного процесса лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется в соответствии с «Требованиями к организации образовательного процесса для обучения лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащенности образовательного процесса» (утверждены Минобрнауки 26.12.2013г. № 06-2412вн), «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» (Утверждены Минобрнауки 08.04.2014 №АК-44/05вн) и Положением «Об организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».

В федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кубанский государственный университет» ведется постоянная работа по обеспечению доступности образовательной среды для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями.

В настоящее время все объекты частично или полностью доступны для лиц с ограниченными возможностями, в т.ч. физкультурно-оздоровительный комплекс с плавательным бассейном.

В главном учебном корпусе КубГУ оборудовано 3 санитарных узла для инвалидов-колясочников, пандусы на путях движения и перепадах высот, имеется гусеничный лестничный подъемник (ступенькоход) для перемещения инвалидов-колясочников по этажам, на путях следования установлены таблички для слабовидящих, 2 лифта, позволяющие попасть на все пять этажей и в цокольный этаж, на входе смонтирован пандус, в здании уложена тактильная плитка к лифтам, туалетам и к кабинетам приемной комиссии, сделаны поручни для спуска в цокольный этаж.

Общежития №№ 3 и 4 оборудованы пандусами. Помимо этого, в общежитии № 4 оборудованы 2 комнаты для проживания инвалидов-колясочников, а также санитарный узел и душевая комната.

Кроме того, на территории основного кампуса выделены стоянки для автомобилей инвалидов. От них и от входа на территорию выполнена

тактильная плитка до столовой, стадиона, учебного корпуса, приемной комиссии, студенческого общежития, буфета. На входах имеются кнопки вызова персонала, информационные табло.

При выполнении работ по капитальному ремонту постоянно учитываются требования и мероприятия для создания доступности ММГН.

В соответствии с требованиями Министерства образования и науки Российской Федерации об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования сообщаем, что в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» разработана Инструкция для работников ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» по обеспечению доступа лиц с инвалидностью к услугам и объектам, на которых они предоставляются. В указанной Инструкции изложены общие правила этикета, особенности сопровождения лиц с инвалидностью в университете, в том числе при оказании им образовательных услуг и иные важные аспекты.

## **6. Характеристика среды вуза, обеспечивающей развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников**

Концепцию формирования социокультурной среды ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», обеспечивающей развитие общекультурных и социально-личностных компетенций обучающихся, определяют следующие нормативные документы:

- Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273;
- Устав ФГБОУ ВО «КубГУ»;
- Кодекс корпоративной культуры Кубанского государственного университета
- Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. № 2403-р
- Правила внутреннего распорядка обучающихся Кубанского государственного университета;
- Положение О Совете обучающихся ФГБОУ ВО «КубГУ».

В университете сформирована благоприятная социокультурная среда, обеспечивающая возможность формирования общей культуры выпускника, разностороннего развития личности, а также непосредственно способствующая освоению основной образовательной программы соответствующей специальности.

Социокультурная среда представляет собой пространство совместной жизнедеятельности обучающихся, преподавателей, сотрудников университета и ориентирована как на получение знаний, так и на формирование личности выпускника, способной принимать эффективные решения, нести ответственность. Социокультурная среда университета

представляет собой совокупность факторов, влияющих на личностное и профессиональное становление обучающихся, их духовно-нравственное развитие, развитие творческих способностей, которые формируются через включение их в различные сферы жизнедеятельности университета.

Стратегической целью социальной и воспитательной работы является формирование обучающегося КубГУ как самостоятельного, здорового человека, стремящегося к духовному, нравственному, умственному и физическому совершенству, принимающего судьбу Отечества как свою личную, осознающего ответственность за настоящее и будущее своей страны.

Для достижения поставленной цели используются модернизация университета как среды социального развития, создание условий для становления профессионально и культурно ориентированной личности посредством гражданско-патриотического, профессионального, трудового, социального, экономического, психологического, бытового, правового, эстетического, физического и экологического направлений деятельности. Реализуются проектные технологии развивающего, творческого и социального характера.

Достижение поставленной цели обеспечивается в процессе решения следующих основных задач:

- создание системы перспективного и текущего планирования воспитательной деятельности и организации социальной работы;
- дальнейшее развитие инфраструктуры социальной защиты и выработка конкретных мер по совершенствованию воспитательной работы;
- организация системы взаимодействия и координации деятельности государственных органов, структурных подразделений университета, общественных и профсоюзных организаций и участников образовательного процесса по созданию благоприятной социокультурной среды и осуществлению социальной защиты и поддержки обучающихся;
- развитие системы социального партнёрства;
- обеспечение органической взаимосвязи учебного процесса с внеучебной воспитательной деятельностью, сферами досуга и отдыха обучающихся;
- подготовка, организация и проведение различных мероприятий по всем направлениям воспитательной деятельности: гражданскому, патриотическому, нравственному, эстетическому, трудовому, правовому, физическому, социально-психологическому и др.;
- расширение спектра мероприятий по социальной защите участников образовательного процесса;
- организация и ведение работы по выполнению социальных программ и проектов;
- активизация работы института кураторов, совершенствование системы студенческого самоуправления, формирование основ корпоративной культуры, развитие инфраструктуры студенческих

объединений;

- реализация воспитательного потенциала учебно-научной работы;
- вовлечение в воспитательный процесс студенческой молодежи деятелей науки и культуры, искусства, политики и права, работников других сфер общественной жизни;

- мониторинг состояния социальной и воспитательной работы университета;

- участие в формировании и поддержании имиджа университета.

Позиционирование КубГУ как центра культуры и просвещения, выполняющего широкие социальные функции.

Цели и задачи воспитательной деятельности, решаемые в ППССЗ, сопоставимы с ежегодным планом воспитательной работы университета и строятся с учетом специфики общего воспитательного процесса КубГУ, традиций, интересов, ценностей университета.

Для организации учебной, научно-исследовательской, патриотической, культурно-досуговой, волонтерской, спортивно-массовой, оздоровительной, общественной, информационно-просветительской, организационной деятельности действуют студенческие сообщества/объединения/центры университета.

Основные студенческие сообщества /объединения /центры университета	Образовательный компонент
Объединенный совет обучающихся (ОСО)	В процессе работы в Объединенном совете обучающихся, который представляет собой крупнейший студенческий представительный орган университета обучающиеся получают уникальную возможность приобрести важнейшие социокультурные компетенции, коммуникативные навыки, навыки, позволяющие преодолевать сложные ситуации, возникающие в процессе взаимодействия при организации и проведении студенческих молодежных мероприятий. Обучающиеся формируют навыки управления, администрирования, планирования и т.д. Объединенный совет обучающихся КубГУ создан в целях решения вопросов жизнедеятельности студенческой молодежи, развития ее социальной активности, поддержки и реализации социальных инициатив, обеспечения прав обучающихся на участие в управлении образовательным процессом в университете создан. В состав совета входят представители всех студенческих объединений КубГУ, а также представители студенческих советов факультетов (институтов). Все студенческие объединения КубГУ взаимодействуют между собой, выполняя общие функции и задачи по развитию студенческого самоуправления и вовлечению студентов в актуальные процессы развития общества и страны, участвуя в организации и проведении совместных мероприятий и акций. ОСО взаимодействует со структурными подразделениями КубГУ, в компетенцию которых входят вопросы работы со

	<p>студентами: деканатами факультетов, кафедрами, управлением по воспитательной работе, научно-образовательными центрами, волонтерским центром, департаментом по международным связям, центром содействия трудоустройству и занятости выпускников, управлением безопасности. ОСО и структурные подразделения объединяют свои усилия в интересах студентов университета во имя достижения общих целей (интеграция студентов КубГУ в процессы научно-инновационного развития страны, модернизации высшего профессионального образования, становления гражданского общества, а также повышение эффективности воспитательной работы, научной деятельности, достижение высоких спортивных результатов, развитие здорового образа жизни и т.д.), приумножения ценностей и традиций КубГУ.</p>
<p>Первичная профсоюзная организация студентов (ППОС) Кубанского государственного университета</p>	<p>Профком КубГУ проводит учебу председателей профбюро и профгруппоргов в выездных Школах, принимает участие в межрегиональных школах студенческого профсоюзного актива, участвует во Всероссийском конкурсе «Студенческий лидер». Студенческая профсоюзная организация – автор многих общественно-полезных инициатив и новых форм воспитательной работы в студенческой среде. При содействии ППОС, обучающиеся КубГУ принимают участие в многочисленных фестивалях, конкурсах, благотворительных акциях и иных мероприятиях. Первичная профсоюзная организация студентов Кубанского государственного университета – самая многочисленная организация студентов Краснодарского края. Она объединяет профорганизации всех факультетов вуза. В её составе более 13 тысяч студентов, что составляет 98,2% от общей численности обучающихся.</p>
<p>Волонтерский центр КубГУ</p>	<p>Развитию волонтерского движения способствует эффективная система подготовки и обучения волонтеров, приобретение ими навыков и умений волонтерской деятельности. Деятельность КубГУ направлена на обеспечение участия волонтеров в мероприятиях регионального, федерального и международного уровней (универсиады, форумы, слеты) с целью приобретения ими волонтерского опыта по конкретным направлениям деятельности, умений и навыков работать в команде, воспитания личностных качеств. Повышение эффективности подготовки и обучения волонтеров, а также развитие системы самоуправления достигается путем информационной поддержки волонтерского движения и модернизации материально-технической базы процесса подготовки волонтеров.</p>
<p>Молодежный культурно-досуговый центр</p>	<p>Молодежный культурно-досуговый центр КубГУ (МКДЦ) создан в 1994 году. За годы работы он достиг значимых результатов в содействии развитию творческого потенциала студенческой молодёжи и организации культурно-массовых и культурно-просветительских мероприятий. МКДЦ координирует деятельность Клуба творческой молодёжи и Клуба национальных культур КубГУ. Ежегодно в 30 студиях занимаются до 800 обучающихся. Свыше 27 тысяч зрителей в год посещают мероприятия Клуба творческой молодёжи Молодёжного культурно-досугового центра КубГУ. Участники творческих студий составляют основу творческой программы тематического проекта КубГУ «Шелковый путь» на</p>

	<p>Краевом фестивале «Легенды Тамани». Студенты принимают участие в Краевом Фестивале игры «Что? Где? Когда?» среди студентов; Фестивале молодежных творческих инициатив «ЭТАЖИ» и т.д. С 2013 года Фестиваль «ЭТАЖИ» приобрёл международный характер, в связи с интеграцией в него нового авторского проекта МКДЦ «Great Discovery» (Великое Открытие). Творческие коллективы МКДЦ принимают результативное участие в крупнейшем студенческом фестивале на территории России – «Российская студенческая весна»</p>
<p>Клуб патриотического воспитания КубГУ</p>	<p>Клуб патриотического воспитания КубГУ создан 15.02.2012 г., на первом заседании Клуба был избран Совет клуба, почетный президент - Герой Российской Федерации, полковник Шендрик Е.Д. Основные задачи Клуба: воспитание гражданственности, патриотизма и любви к Родине; развитие социально-гуманитарных технологий конструктивного вовлечения молодежи в управленческий процесс и историко-аналитическую деятельность; информационная поддержка и пропаганда идей толерантности и социального доверия в среде студенческой молодежи; приобщение молодежи к активному участию в работе по оказанию помощи ветеранам Великой Отечественной Войны и ветеранам Труда и многое другое.</p>
<p>Политический клуб КубГУ «Клуб Парламентских дебатов Кубанского государственного университета»</p>	<p>Политический клуб создан в 2010 году по инициативе студентов, обучавшихся по направлению подготовки «Политология» в целях повышения политической активности молодежи и формирования гражданских качеств личности, развития навыков критического мышления и исследовательской деятельности молодежи, вовлечения молодого поколения в обсуждение общественно-значимых проблем. За период деятельности Клуба было организовано 14 крупных проектов с общим количеством участников порядка 500 человек.</p>
<p>Студенческий совет общежитий КубГУ</p>	<p>В каждом общежитии КубГУ имеется студенческий совет, члены которого участвуют в организации и проведении различных мероприятий. Работа в общежитиях строится на основе взаимодействия студенческих советов и факультетов, структурных подразделений, отвечающих за воспитательную работу со студентами, а также общественными профсоюзными организациями. Задачи работы Совета: развитие студенческого самоуправления: организация встреч с активом каждого общежития, выявление основных проблем, определение главных направлений развития, формирование органов студенческого самоуправления общежитий (совет старост общежитий, совет культоргов и спорторгов общежитий), учеба актива.</p>
<p>Студенческий оперативный отряд охраны правопорядка КубГУ</p>	<p>Основными задачами оперотряда являются активное участие в профилактике, предупреждении и пресечении правонарушений, охрана общественного порядка, контроль за соблюдением установленных правил внутреннего распорядка на территории студенческого городка, в студенческих общежитиях и на иных объектах КубГУ. На протяжении всего периода деятельности сотрудники отряда осуществляют ежедневное патрулирование территории студенческого городка, охраняют общественный порядок на всех культурно-массовых мероприятиях, проводимых в КубГУ. Оперативный отряд охраны правопорядка активно</p>

	<p>взаимодействует с администрацией Карасунского внутригородского округа г. Краснодара в реализации закона Краснодарского края «О мерах по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних в Краснодарском крае». С отделом полиции Карасунского внутригородского округа г. Краснодара сотрудники отряда участвуют в ряде специально-оперативных мероприятиях, таких как «Патрульный участок», «Правопорядок» и др.</p>
<p>Студенческий спортивный клуб КубГУ</p>	<p>Студенческий спортивный клуб КубГУ был создан в 2009 году. За это время клубом была организована учебная, физкультурно-массовая, спортивно-воспитательная работа со студентами, аспирантами, магистрантами университета. В настоящее время в КубГУ открыто 34 спортивные секции.</p> <p>Кубанский государственный университет за последние годы стал одним из лидеров в области развития студенческого футбола.</p> <p>Пропаганда здорового образа жизни, развитие физической культуры и спорта является в КубГУ одним из стратегических направлений развития личности студентов.</p>

В воспитательной работе используются технологии: социальной поддержки, проектов, коммуникативные, которые обеспечивают, организованный на базе социальных коммуникаций системный процесс управления социальным пространством и социальным временем студентов. Социальная поддержка обучающихся осуществляется в течение всего учебного года и в период летнего оздоровления в виде назначения социальных стипендий, размещения малоимущих обучающихся и обучающихся из неполных семей в общежитиях, оздоровлении в санатории-профилактории «Юность».

Важным аспектом воспитательной работы является взаимодействие кураторов учебных групп с обучающимися в рамках участия в культурных мероприятиях, совместном посещении театров, кинотеатров и спортивных соревнований, решении проблем внутригруппового взаимодействия.

Администрация университета организует адресную социальную помощь обучающимся через фонд социальной защиты. Решением правления фонда, в состав которого входят представители администрации и обучающихся назначаются стипендии, выделяется материальная помощь, выносятся поощрения (за активное участие в общественной жизни).

Вопрос о трудоустройстве выпускников является одним из актуальных.

С 2003 года в структуре КубГУ создан и успешно функционирует отдел содействия трудоустройству и занятости студентов (ОСТЗ), который координирует работу по содействию трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников и взаимодействует со всеми структурными подразделениями университета по организационным и методическим вопросам, касающимся трудоустройства и занятости. Сегодня КубГУ постоянно ищет новые формы сотрудничества с работодателями. Около 700 заключенных договоров о практике, стажировке, взаимном сотрудничестве помогают выпускникам построить профессиональную траекторию. Работа ОСТЗ направлена на объединение усилий всех подразделений

университета, взаимодействие с местными органами власти, предприятиями и организациями для достижения эффективного содействия трудоустройству выпускников.

Организованы учет и поощрение социальной активности обучающихся: персональные портфолио студентов, в которых отражены результаты образовательной, научной и общественной деятельности. Портфолио создается для участия в различных конкурсных и стипендиальных программах и структурируется в соответствии с требованиями конкурсной документации; перевод на вакантное бюджетное место, материальная поддержка, повышенная академическая стипендия, подарок; персональные и групповые: грамоты, дипломы, благодарственные письма, благодарности, сертификаты участников мероприятий, проектов; публичные: вынесение на доску почета, объявление благодарности, вручение грамоты, диплома, размещение информации в новостной ленте на сайте университета.

Для обеспечения проживания обучающихся очной формы обучения в КубГУ имеется студенческий городок, в котором находятся 4 общежития, в которых проживает 2138 обучающихся. Первоочередное право заселения в соответствии с действующим законодательством, Положением о студгородке КубГУ предоставляется сиротам, инвалидам, лицам, принимавшим участие в боевых действиях на территории России и других государств, малоимущим.

Для обеспечения обучающихся питанием КубГУ обладает комбинатом питания площадью 3030 кв. м на 1143 посадочных места. За последние годы значительно обновлено оборудование комбината, произведен сложный капитальный ремонт, создано студенческое кафе на 100 мест, летняя площадка.

Для организации спортивно-массовой и оздоровительной работы в КубГУ имеются спортивные здания и сооружения: стадион (с полосой препятствий), стадион для мини футбола, спортивные залы общей площадью 1687,6 кв. м., плавательный бассейн, тренажерный зал, стрелковый тир. Проводится большая работа по повышению привлекательности занятий спортом, как фактора, способствующего сохранению здоровья, и фактора формирующего мотивации к здоровому образу жизни.

Санаторий-профилакторий «Юность» (общей площадью около 1 тыс. кв. м.) решает задачи оздоровления, профилактики различных заболеваний и вредных привычек. Ежегодно в санатории-профилактории «Юность» проходят оздоровление более 1000 студентов. В целях борьбы со злоупотреблением и распространением наркотических средств в общежитии создан наркологический кабинет, где работают профессиональные врачи. Проводятся ежегодные профилактические осмотры (около 3000 обучающихся в год), индивидуальные беседы, анонимные консультации. На базе наркологического кабинета зародилось

студенческое волонтерское движение по борьбе с курением. В соответствии с действующим в РФ законодательством курение на территории вуза полностью запрещено.

## **7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы ПССЗ СПО 42.02.01 Фармация**

### **7.1 Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в фондах оценочных средств дисциплин и профессиональных модулей.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ППССЗ (текущая и промежуточная аттестация) созданы фонды оценочных средств, позволяющие оценить знания, умения и освоенные компетенции. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации разработаны и рассмотрены на заседаниях соответствующих предметно-цикловых комиссий и утверждены директором ИНСПО. Темы выпускных квалификационных работ для государственной итоговой аттестации рассмотрены предметно-цикловой комиссией дисциплин специальности Реклама, утверждены директором ИНСПО, после предварительного положительного согласования с работодателями.

В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама формы и процедуры текущего контроля знаний, промежуточной аттестации представлены в учебном плане и доведены до сведения обучающихся.

Тестовый компьютерный контроль качества знаний (компьютерное тестирование) является интерактивной технологией оценки качества знаний обучающихся по учебным дисциплинам, модулям ППССЗ.

Компьютерное тестирование проводится для получения объективной информации о соответствии содержания, уровня и качества подготовки обучающихся требованиям ФГОС по учебным дисциплинам и профессиональным модулям.

Оценка качества подготовки обучающихся и освоения ППССЗ проводится в ходе тестирования как проверка остаточных знаний по учебным дисциплинам и междисциплинарным курсам учебного плана.

Контроль знаний проводится по следующей схеме:

- текущий контроль знаний в семестре, в т.ч. - внутрисеместровая аттестация;

- промежуточная аттестация в форме зачетов, дифференцированных зачетов, экзаменов и других форм контроля (в соответствии с рабочим учебным планом).

Промежуточная аттестация в форме зачета или дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на освоение соответствующей учебной дисциплины или профессионального модуля. Промежуточная аттестация в форме экзамена, экзамена (квалификационного) проводится в дни, отведенные для промежуточной аттестации в учебном плане в соответствии с расписанием и Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кубанский государственный университет» и его филиалах. Прохождение профессиональных модулей заканчивается экзаменом (квалификационным). Учебным планом предусмотрено 7 недель на промежуточную аттестацию.

## **7.2 Программа государственной итоговой аттестации выпускников ПССЗ СПО, требования к выпускным квалификационным работам по специальности 42.02.01 Реклама**

Государственная итоговая аттестация проводится по окончании полного курса обучения и завершается выдачей диплома государственного образца. Программа государственной итоговой аттестации разработана на основе Положения об организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы по образовательным программам среднего профессионального образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кубанский государственный университет» и его филиалах.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план. Государственная итоговая аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы (дипломная работа). Обязательное требование - соответствие тематики выпускной квалификационной работы содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Государственная итоговая аттестация (ГИА) осуществляется государственной экзаменационной комиссией (ГЭК), организуемой в ИНСПО по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Учебный план, календарный учебный график

Министерство образования и науки Российской Федерации

Утверждаю

Ректор

Астапов И.В.

24.08.2015



**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

программы подготовки специалистов среднего звена  
 ФГБОУ ВО "Кубанский государственный университет"  
*наименование образовательного учреждения (организации)*

по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

Реклама

*код*

*наименование специальности*

по программе базовой подготовки

основное общее образование

*Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ*

квалификация:

специалист по рекламе

форма обучения

Очная

Срок получения СПО по ППССЗ:

3г 10м

год начала подготовки по УП 2015

профиль получаемого профессионального образования

гуманитарный

*при реализации программы среднего общего образования*

Приказ об утверждении ФГОС

от 12.05.2014

№ 510















Матрица соответствия компетенций учебным дисциплинам специальности

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции											
<b>НО</b>	<b>Начальное общее образование</b>												
<b>ОО</b>	<b>Основное общее образование</b>												
<b>БД</b>	<b>Базовые дисциплины</b>												
БД.01	Иностранный язык												
БД.02	Физическая культура												
БД.03	Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия												
БД.04	Основы безопасности жизнедеятельности												
БД.05	Информатика												
БД.06	География												
БД.07	Экология												
БД.08	Естествознание												
<b>ПД</b>	<b>Профильные дисциплины</b>												
ПД.01	Русский язык и литература. Русский язык												
ПД.02	Русский язык и литература. Литература												
ПД.03	История												
ПД.04	Обществознание (включая экономику и право)												
<b>ПОО</b>	<b>Предлагаемые ОО</b>												
<b>ОГСЭ</b>	<b>Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ПК 1.4</b>	
ОГСЭ.04	Физическая культура	ОК 2	ОК 3	ОК 6	ОК 8	ОК 9	ОК 10						
ОГСЭ.01	Основы философии	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9			
ОГСЭ.02	История	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9			
ОГСЭ.03	Иностранный язык	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10		
ОГСЭ.05	Русский язык и культура речи	ОК 4	ОК 6	ПК 1.4									
ОГСЭ.06	Социальная психология	ОК 3	ОК 4	ОК 6	ОК 9								
ОГСЭ.07	Основы социологии и политологии	ОК 1	ОК 3	ОК 4	ОК 6	ОК 7							
<b>ЕН</b>	<b>Математический и общий естественнонаучный учебный цикл</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	
ЕН.01	Математика	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10		
ЕН.02	Экологические основы природопользования	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 11				
ЕН.03	Информатика	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 11		
<b>ОП</b>	<b>Общепрофессиональные дисциплины</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	<b>ПК 1.1</b>
		<b>ПК 1.2</b>	<b>ПК 1.3</b>	<b>ПК 1.4</b>	<b>ПК 1.5</b>	<b>ПК 2.1</b>	<b>ПК 2.2</b>	<b>ПК 2.3</b>	<b>ПК 3.1</b>	<b>ПК 3.2</b>	<b>ПК 4.1</b>	<b>ПК 4.2</b>	<b>ПК 4.3</b>
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	ОК 1	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.2	ПК 1.3
		ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3		
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 2.1	ПК 2.2								
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 2.1	ПК 2.2								
ОП.03	История изобразительного искусства	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2											
ОП.04	Экономика организации	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции											
		ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.2									
ОП.06	Композиция	ОК 1	ОК 2	ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2					
ОП.007	Психология в рекламе	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 6	ОК 7	ОК 9	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1
ОП.08	Сервисная деятельность	ОК 1	ОК 2	ОК 4	ОК 6	ОК 9	ОК 10	ПК 1.3	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3
ОП.09	Реклама в СМИ	ОК 1	ОК 3	ОК 4	ОК 6	ОК 7	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1	ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4
		ПК 1.5	ПК 3.1	ПК 3.2									
ОП.10	PR-технологии	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 8	ОК 9	ПК 1.1	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5
		ПК 3.1	ПК 3.2										
ОП.11	Телевизионная реклама	ОК 1	ОК 2	ОК 5	ОК 9	ПК 1.1	ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 3.1
		ПК 3.2	ПК 4.1										
ОП.12	Реклама на радио	ОК 1	ОК 2	ОК 5	ОК 9	ПК 1.1	ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 3.1
		ПК 3.2	ПК 4.1										
ОП.13	Интернет-реклама	ОК 1	ОК 2	ОК 5	ОК 9	ПК 1.1	ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 3.1
		ПК 3.2	ПК 4.1										
ОП.14	Политическая реклама	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1				
ОП.15	Профессиональная этика и реклама	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 11	ПК 1.1	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 3.1
		ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2									
<b>ПМ</b>	<b>Профессиональные модули</b>												
<b>ПМ.01</b>	<b>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	<b>ПК 1.1</b>
		<b>ПК 1.2</b>	<b>ПК 1.3</b>	<b>ПК 1.4</b>	<b>ПК 1.5</b>								
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5								
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5								
ПП.01.01	<i>Производственная практика (по профилю специальности)</i>	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5								
<b>ПМ.02</b>	<b>Производство рекламной продукции</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	<b>ПК 2.1</b>
		<b>ПК 2.2</b>	<b>ПК 2.3</b>										
МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.05	Рекламный текст	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
ПП.02.01	<i>Производственная практика (по профилю специальности)</i>	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
<b>ПМ.03</b>	<b>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ПК 2.3</b>	<b>ПК 3.1</b>	<b>ПК 3.2</b>

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции											
		ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 3.1	ПК 3.2	
МДК.03.01	Маркетинг в рекламе	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 3.1	ПК 3.2	
МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 2.3	ПК 3.1	ПК 3.2
ПП.03.01	<i>Производственная практика (по профилю специальности)</i>	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 3.1	ПК 3.2	
<b>ПМ.04</b>	<b>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	<b>ПК 3.2</b>
		<b>ПК 4.1</b>	<b>ПК 4.2</b>	<b>ПК 4.3</b>									
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 4.1
		ПК 4.2	ПК 4.3										
ПП.04.01	<i>Производственная практика (по профилю специальности)</i>	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 3.2
		ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3									
<b>ПМ.05</b>	<b>Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ПК 5.1</b>						
МДК.05.01	Реализация рекламного заказа	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 6	ОК 9	ПК 5.1						
УП.05.01	<i>Учебная практика</i>	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 6	ОК 9	ПК 5.1						
<b>ПДП</b>	<b>ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	<b>ПК 1.1</b>
		<b>ПК 1.2</b>	<b>ПК 1.3</b>	<b>ПК 1.4</b>	<b>ПК 1.5</b>	<b>ПК 2.1</b>	<b>ПК 2.2</b>	<b>ПК 2.3</b>	<b>ПК 3.1</b>	<b>ПК 3.2</b>	<b>ПК 4.1</b>	<b>ПК 4.2</b>	<b>ПК 4.3</b>
	<b>Государственная итоговая аттестация</b>	<b>ОК 1</b>	<b>ОК 2</b>	<b>ОК 3</b>	<b>ОК 4</b>	<b>ОК 5</b>	<b>ОК 6</b>	<b>ОК 7</b>	<b>ОК 8</b>	<b>ОК 9</b>	<b>ОК 10</b>	<b>ОК 11</b>	<b>ПК 1.1</b>
		<b>ПК 1.2</b>	<b>ПК 1.3</b>	<b>ПК 1.4</b>	<b>ПК 1.5</b>	<b>ПК 2.1</b>	<b>ПК 2.2</b>	<b>ПК 2.3</b>	<b>ПК 3.1</b>	<b>ПК 3.2</b>	<b>ПК 4.1</b>	<b>ПК 4.2</b>	<b>ПК 4.3</b>
	<i>Подготовка выпускной квалификационной работы</i>	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3
	<i>Защита выпускной квалификационной работы</i>	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3

**Аннотация по дисциплине  
БД.01 Иностранный язык (английский)  
42.02.01 Реклама**

Курс 1 Семестр 1, 2

Количество часов:

всего: 165 часов

лекционных занятий – не предусмотрено,

практических занятий – 110 часов,

консультаций – 10 часов,

самостоятельной работы – 45 часов.

**Цели дисциплины:**

- формирование представлений об английском языке как о языке международного общения и средстве приобщения к ценностям мировой культуры и национальных культур;
- формирование коммуникативной компетенции, позволяющей свободно общаться на английском языке в различных формах и на различные темы, в том числе в сфере профессиональной деятельности, с учетом приобретенного словарного запаса, а также условий, мотивов и целей общения;
- формирование и развитие всех компонентов коммуникативной компетенции: лингвистической, социолингвистической, дискурсивной, социокультурной, социальной, стратегической и предметной;
- воспитание личности, способной и желающей участвовать в общении на межкультурном уровне;
- воспитание уважительного отношения к другим культурам и социальным субкультурам.

**Задачи дисциплины:** формирование и дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (лингвистической, социолингвистической, дискурсивной, социокультурной, социальной, стратегической, предметной):

- *лингвистической* — расширение знаний о системе русского и английского языков, совершенствование умения использовать грамматические структуры и языковые средства в соответствии с нормами данного языка, свободное использование приобретенного словарного запаса;
- *социолингвистической* — совершенствование умений в основных видах речевой деятельности (аудировании, говорении, чтении, письме), а также в выборе лингвистической формы и способа языкового выражения, адекватных ситуации общения, целям, намерениям и ролям партнеров по общению;
- *дискурсивной* — развитие способности использовать определенную стратегию и тактику общения для устного и письменного конструирования и интерпретации связных текстов на английском языке по изученной проблематике, в том числе демонстрирующие творческие способности обучающихся;

- *социокультурной* — овладение национально-культурной спецификой страны изучаемого языка и развитие умения строить речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и англоговорящих стран;
- *социальной* — развитие умения вступать в коммуникацию и поддерживать ее;
- *стратегической* — совершенствование умения компенсировать недостаточность знания языка и опыта общения в иноязычной среде;
- *предметной* — развитие умения использовать знания и навыки, формируемые в рамках дисциплины «Иностранный язык (английский)», для решения различных проблем.

### **Место дисциплины в структуре ППССЗ:**

Учебная дисциплина «Иностранный язык (английский)» изучается в цикле общеобразовательных дисциплин на базе основного общего образования с получением среднего общего образования. Дисциплина «Иностранный язык (английский)» является базовой и формируется из обязательных предметных областей ФГОС среднего общего образования для специальности гуманитарного профиля 42.02.01 Реклама, и является основой для изучения дисциплины ОГСЭ.03 Иностранный язык (английский).

### **Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

- *личностные:*
  - сформированность ценностного отношения к языку как культурному феномену и средству отображения развития общества, его истории и духовной культуры;
  - сформированность широкого представления о достижениях национальных культур, о роли английского языка и культуры в развитии мировой культуры;
  - развитие интереса и способности к наблюдению за иным способом мировидения;
  - осознание своего места в поликультурном мире; готовность и способность вести диалог на английском языке с представителями других культур, достигать взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать в различных областях для их достижения; умение проявлять толерантность к другому образу мыслей, к иной позиции партнера по общению;
  - готовность и способность к непрерывному образованию, включая самообразование, как в профессиональной области с использованием английского языка, так и в сфере английского языка;
- *метапредметные:*
  - умение самостоятельно выбирать успешные коммуникативные

- стратегии в различных ситуациях общения;
- владение навыками проектной деятельности, моделирующей реальные ситуации межкультурной коммуникации;
  - умение организовать коммуникативную деятельность, продуктивно общаться и взаимодействовать с ее участниками, учитывать их позиции, эффективно разрешать конфликты;
  - умение ясно, логично и точно излагать свою точку зрения, используя адекватные языковые средства;

• *предметные:*

- сформированность коммуникативной иноязычной компетенции, необходимой для успешной социализации и самореализации, как инструмента межкультурного общения в современном поликультурном мире;
- владение знаниями о социокультурной специфике англоговорящих стран и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и англоговорящих стран;
- достижение порогового уровня владения английским языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями английского языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;
- сформированность умения использовать английский язык как средство для получения информации из англоязычных источников в образовательных и самообразовательных целях.

**Содержание и структура дисциплины:**

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
<b>Основное содержание</b>							
1	Введение	3	-	2	-	1	
2	Приветствие, прощание, представление себя и других людей в официальной и неофициальной обстановке	6	-	4	-	2	

№ раз- дел а	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя- тельная работа	Консуль- тации
			Л	ПЗ	ЛР		
3	Описание человека (внешность, национальность, образование, личные качества, профессия, род занятий, должность, место работы и др.). Общение с друзьями.	7	-	4	-	3	
4	Семья и семейные отношения, домашние обязанности	8	-	6	-	2	
5	Описание жилища и учебного заведения (здание, обстановка, условия жизни, техника, оборудование)	8	-	6	-	2	
6	Распорядок дня студента колледжа	9	-	6	-	3	
7	Хобби, досуг	8	-	6	-	2	
8	Описание местоположения объекта (адрес, как найти)	8	-	6	-	2	
9	Магазины, товары, совершение покупок	8	-	6	-	2	
10	Физкультура и спорт, здоровый образ жизни	8	-	6	-	2	
11	Экскурсии и путешествия	8	-	6	-	2	
12	Россия, ее национальные символы, государственное и политическое устройство	15	-	6	-	3	6

№ раз- дел а	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя- тельная работа	Консуль- тации
			Л	ПЗ	ЛР		
13	Англоговорящие страны, географическое положение, климат, флора и фауна, национальные символы, государственное и политическое устройство, наиболее развитые отрасли экономики, достопримечательности	11	-	8	-	3	
14	Обычаи, традиции, поверья народов России и англоговорящих стран	10	-	8	-	2	
15	Искусство и культура	8	-	6	-	2	
Профессионально ориентированное содержание							
16	Новости и средства массовой информации	9	-	6	-	3	
17	Виды рекламы. Этические аспекты рекламы	9	-	6	-	3	
18	Виды искусства. Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы	9	-	6	-	3	
19	Языки и литература	13	-	6	-	3	4
	<b>Всего</b>	<b>165</b>	<b>-</b>	<b>110</b>	<b>-</b>	<b>45</b>	<b>10</b>

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: презентация, аудиовизуальная технология, решение задач малыми группами, разыгрывание ролей, дискуссия, решение задач индивидуально с групповым обсуждением.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет (2 семестр)

**Основная литература:**

Кузьменкова, Ю. Б. Английский язык + аудиозаписи в эбс: учебник и практикум для СПО / Ю.Б. Кузьменкова. — М., 2015. — 441 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00804-3. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/494C25F9-747F-4017-AF10-6B9CF6E7D9AA](http://www.biblio-online.ru/book/494C25F9-747F-4017-AF10-6B9CF6E7D9AA).

**Автор:** Рекун Анна Сергеевна

**Аннотация по дисциплине**  
**БД.02 Физическая культура**  
42.02.01 Реклама

Курс 1 Семестр 1, 2

Количество часов:

всего: 177

лекционных занятий - 14 час,

практических занятий - 104 час,

самостоятельной работы - 59 час.

**Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

Содержание программы БД.02 Физическая культура направлено на достижение следующих *целей*:

- формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельностью;
- овладение технологиями современных оздоровительных систем физического воспитания, обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций;
- приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности, овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.

Освоение содержания учебной дисциплины «Физическая культура» обеспечивает достижение студентами следующих результатов:

**личностных:**

- готовность и способность обучающихся к саморазвитию и личностному самоопределению;
- сформированность устойчивой мотивации к здоровому образу жизни и обучению, к целенаправленному личностному совершенствованию

двигательной активности с валеологической и профессиональной направленностью; неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков;

- потребность к самостоятельному использованию физической культуры, как составляющей доминанты здоровья;
- приобретение личного опыта творческого использования профессионально-оздоровительных средств и методов двигательной активности;
- формирование личностных ценностно-смысловых ориентиров и установок, системы значимых социальных и межличностных отношений, личностных, регулятивных, познавательных, коммуникативных действий в процессе целенаправленной двигательной активности, способности их использования в социальной, в том числе профессиональной, практике;
- готовность самостоятельно использовать в трудовых и жизненных ситуациях навыки профессиональной адаптивной физической культуры;
- способность к построению индивидуальной образовательной траектории самостоятельного использования в трудовых и жизненных ситуациях навыков профессиональной адаптивной физической культуры.
- способность использования системы значимых социальных и межличностных отношений, ценностно-смысловых установок, отражающих личностные и гражданские позиции в спортивной, оздоровительной и физкультурной деятельности;
- формирование навыков сотрудничества со сверстниками, умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты;
- принятие и реализация ценностей здорового и безопасного образа жизни, потребности в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью;
- умение оказывать первую помощь при занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью;
- патриотизм, уважение к своему народу, чувства ответственности перед Родиной;
- готовность к служению Отечеству, его защите;

***метапредметных:***

- способность использовать межпредметные понятия и универсальные учебные действия (регулятивные, познавательные, коммуникативные) в познавательной, спортивной, физкультурной, в оздоровительной и социальной практике;
- готовность учебного сотрудничества с преподавателями и сверстниками с использованием специальных средств и методов двигательной активности;
- освоение знаний, полученных в процессе теоретических, учебно-

методических и практических занятий, в области анатомии, физиологии, психологии (возрастной и спортивной), экологии, ОБЖ;

- готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию по физической культуре, получаемую из различных источников;
- формирование навыков участия в различных видах соревновательной деятельности, моделирующих профессиональную подготовку;
- умение использовать средства информационных и коммуникационных технологий (далее - ИКТ) в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, норм информационной безопасности;

#### *предметных*

- умение использовать разнообразные формы и виды физкультурной деятельности для организации здорового образа жизни, активного отдыха и досуга;
- владение современными технологиями укрепления и сохранения здоровья, поддержания работоспособности, профилактики предупреждения заболеваний, связанных с учебной и производственной деятельностью;
- владение основными способами самоконтроля индивидуальных показателей здоровья, умственной и физической работоспособности, физического развития и физических качеств;
- владение физическими упражнениями разной функциональной направленности, использование их в режиме учебной и производственной деятельности с целью профилактики переутомления и сохранения высокой работоспособности;

владение техническими приемами и двигательными действиями базовых видов спорта, активное применение их в игровой и соревновательной деятельности, готовность к выполнению нормативов Всероссийского физкультурно - спортивного комплекса "Готов к труду и обороне" (ГТО).

**Место дисциплины в структуре ППСЗ:** учебная дисциплина «Физическая культура» относится к циклу общеобразовательных дисциплин. Изучение дисциплины БД.02 Физическая культура обеспечивает сохранение и укрепление здоровья обучающихся для освоения дисциплин и модулей общеобразовательной и профессиональной подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

## Содержание и структура дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
1.	<b>Раздел 1. Теоретическая часть</b>	<b>21</b>	<b>14</b>	-	-	<b>7</b>	-
2.	Введение. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов СПО.	3	2	-	-	1	-
3.	Тема 1. Основы здорового образа жизни. Физическая культура в обеспечении здоровья.	3	2	-	-	1	-
4.	Тема 2. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.	6	4	-	-	2	-
5.	Тема 3. Самоконтроль, его основные методы, показатели и критерии оценки.	3	2	-	-	1	-
6.	Тема 4. Психофизиологические основы учебного и производственного труда. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.	3	2	-	-	1	-
7.	Тема 5. Физическая культура в профессиональной деятельности специалиста.	3	2	-	-	1	-
8.	<b>Раздел 2. Практическая часть</b>	<b>156</b>	-	<b>104</b>	-	<b>52</b>	-
9.	Тема 2. 1. Легкая атлетика. Кроссовая подготовка	39	-	26	-	13	-
10.	Тема 2.2. Гимнастика	18	-	12	-	6	-
11.	Тема 2.3. Плавание	15	-	10	-	5	-
12.	Тема 2.4. Виды спорта по выбору	33	-	22	-	11	-
13.	Дыхательная гимнастика	6	-	4	-	2	-
14.	Стретчинг	12	-	8	-	4	-
15.	Атлетическая гимнастика, работа на тренажерах	15	-	10	-	5	-
16.	Тема 2.5. Спортивные игры по выбору	51	-	34	-	17	-

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
17.	Баскетбол	15	-	10	-	5	-
18.	Волейбол	15	-	10	-	5	-
19.	Футбол	21	-	14	-	7	-
	<b>Всего по дисциплине</b>	<b>177</b>	<b>14</b>	<b>104</b>	<b>-</b>	<b>59</b>	<b>-</b>

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: информационно-коммуникационная технология, технология уровневой дифференциации обучения, здоровье сберегающая технология, проектная деятельность.

**Вид аттестации:** зачёт (1, 2 семестр)

### **Основная литература**

Физическая культура : учебник и практикум для СПО / А. Б. Муллер [и др.]. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 424 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5345-9. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/6041627B-EA87-46C8-9E4A-E7891B576F1F](http://www.biblio-online.ru/book/6041627B-EA87-46C8-9E4A-E7891B576F1F).

Автор: Криволапова Светлана Васильевна.

**Аннотация по дисциплине**  
**БД.03 Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 1 Семестр 1,2

Количество часов:

всего: 234

лекционных занятий – 78 час,

практических занятий – 78 час,

консультаций – 12 час,

самостоятельной работы – 66 час.

**Цель дисциплины:** формирование представлений о математике как универсальном языке науки, средстве моделирования явлений и процессов, об идеях и методах математики.

**Задачи дисциплины:**

– овладение математическими знаниями и умениями, необходимыми в повседневной жизни, для изучения смежных естественнонаучных дисциплин на базовом уровне и дисциплин профессионального цикла; для получения образования в областях, не требующих углубленной математической подготовки;

– развитие логического мышления, пространственного воображения, алгоритмической культуры, критичности мышления на уровне, необходимом для будущей профессиональной деятельности;

– воспитание средствами математики культуры личности, понимания значимости математики для научно-технического прогресса, отношения к математике, как к части общечеловеческой культуры через знакомство с историей математики;

– расширение и систематизация общих сведений о функциях, изучение новых классов элементарных функций;

– расширение и совершенствование математического аппарата, сформированного в основной школе;

– ознакомление с элементами дифференциального исчисления как аппаратом исследования функций, решения прикладных задач;

– изучение свойств пространственных тел, формирование умения применять эти свойства для решения практических задач;

– расширение и углубление представлений о математике как элементе человеческой культуры, о применении ее в практике;

– совершенствование интеллектуальных и речевых умений путем развития логического мышления, обогащение математического языка.

**Место дисциплины в структуре ППССЗ:**

Учебная дисциплина «Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия» изучается в цикле общеобразовательных дисциплин, формируемых из обязательных предметных областей ФГОС среднего общего образования, для специальности 42.02.01 Реклама. Изучение дисциплины БД.03 Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия необходимо для освоения последующей дисциплины ЕН.01 Математика.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Освоение содержания учебной дисциплины «Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия» обеспечивает достижение обучающимися следующих *результатов*:

### ***личностных:***

- сформированность представлений о математике как универсальном языке
- науки, средстве моделирования явлений и процессов, идеях и методах математики;
- понимание значимости математики для научно-технического прогресса, сформированность отношения к математике как к части общечеловеческой культуры через знакомство с историей развития математики, эволюции математических идей;
- развитие логического мышления, пространственного воображения, алгоритмической культуры, критичности мышления на уровне, необходимом для будущей профессиональной деятельности, для продолжения образования и самообразования;
- овладение математическими знаниями и умениями, необходимыми в повседневной жизни, для освоения смежных естественно-научных дисциплин и дисциплин профессионального цикла, для получения образования в областях, не требующих углубленной математической подготовки;
- готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;
- готовность и способность к самостоятельной творческой и ответственной деятельности;
- готовность к коллективной работе, сотрудничеству со сверстниками в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности;
- отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;

### ***метапредметных:***

- умение самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использовать все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; выбирать успешные стратегии в различных ситуациях;
- умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты;
- владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;
- готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;
- владение языковыми средствами: умение ясно, логично и точно излагать свою точку зрения, использовать адекватные языковые средства;
- владение навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований, границ своего знания и незнания, новых познавательных задач и средств для их достижения;
- целеустремленность в поисках и принятии решений, сообразительность и интуиция, развитость пространственных представлений; способность воспринимать красоту и гармонию мира;

**предметных:**

- сформированность представлений о математике как части мировой культуры и месте математики в современной цивилизации, способах описания явления реального мира на математическом языке;
- сформированность представлений о математических понятиях как важнейших математических моделях, позволяющих описывать и изучать разные процессы и явления; понимание возможности аксиоматического построения математических теорий;
- владение методами доказательств и алгоритмов решения, умение их применять, проводить доказательные рассуждения в ходе решения задач;
- владение стандартными приемами решения рациональных и иррациональных, показательных, степенных, тригонометрических уравнений и неравенств, их систем;
- использование готовых компьютерных программ, в том числе для поиска пути решения и иллюстрации решения уравнений и неравенств;
- сформированность представлений об основных понятиях математического анализа и их свойствах, владение умением характеризовать поведение функций, использование полученных знаний для описания и анализа реальных зависимостей;
- владение основными понятиями о плоских и пространственных геометрических фигурах, их основных свойствах;
- сформированность умения распознавать геометрические фигуры на чертежах, моделях и в реальном мире;
- применение изученных свойств геометрических фигур и формул для решения геометрических задач и задач с практическим содержанием;
- сформированность представлений о процессах и явлениях, имеющих вероятностный характер, статистических закономерностях в реальном мире, основных понятиях элементарной теории вероятности;
- умений находить и оценивать вероятности наступления событий в простейших практических ситуациях и основные характеристики случайных величин;
- владение навыками использования готовых компьютерных программ при решении задач.

**Содержание и структура дисциплины**

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Введение	2	2	-	-	-	-
2	Алгебра	36	8	14	-	12	2
3	Уравнения и неравенства	27	8	12	-	6	1
4	Основы тригонометрии	28	6	12	-	8	2
5	Функции, их свойства и графики	27	8	10	-	8	1
6	Начала математического анализа	38	18	10	-	8	2
7	Комбинаторика, статистика и теория вероятностей	27	8	8	-	9	2
8	Геометрия	49	20	12	-	15	2
Всего		234	78	78		66	12

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях:

- 1) личностно-деятельная технология;
- 2) игровая технология;
- 3) развивающая технология;
- 4) здоровьесберегающая технология;
- 5) инфокоммуникационная технология.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет (1 семестр), экзамен (2 семестр)

### **Основная литература**

1. Богомолов, Н. В. Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия: учебник для СПО / Н. В. Богомолов, П. И. Самойленко. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 396 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02325-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/C8B3E146-8416-46D9-B3CA-0273570A9D94](http://www.biblio-online.ru/book/C8B3E146-8416-46D9-B3CA-0273570A9D94).

Автор: Мамий Виктория Владимировна

## Аннотация по дисциплине

### БД. 04 Основы безопасности жизнедеятельности 42.02.01 Реклама

Курс 1 Семестр 2

Количество часов:

всего: 105 ч.

Лекционных занятий - 34 ч.

практических занятий - 36 ч.

самостоятельных занятий - 29 ч.

Консультации – 6 ч.

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся системы взглядов в области основ безопасности жизнедеятельности при подготовке к профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

- освоение обучающимися знаний о безопасности поведения человека в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, техногенного и социального характера, здоровье и здоровом образе жизни, государственной системе защиты населения от опасных и чрезвычайных ситуаций, об обязанностях граждан по защите государства;
- воспитание ответственности за личную безопасность, безопасность общества и государства, ценностного отношения к здоровью и человеческой жизни, чувства уважения к героическому наследию России, её государственной символике, патриотизма и стремления выполнить долг по защите Родины;
- развитие черт личности, необходимых для безопасного поведения в чрезвычайных ситуациях и при прохождении военной службы, бдительности в отношении актов терроризма;
- формирование умений: оценки ситуаций, опасных для жизни и здоровья; безопасного поведения в опасных и чрезвычайных ситуациях; использования средств индивидуальной и коллективной защиты; оказания первой медицинской помощи при неотложных ситуациях

Освоение содержания учебной дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности» обеспечивает достижение следующих **результатов:**

**• личностных:**

- развитие личностных, в том числе духовных и физических, качеств, обеспечивающих защищенность жизненно важных интересов личности от внешних и внутренних угроз;
- готовность к служению Отечеству, его защите;
- формирование потребности соблюдать нормы здорового образа жизни, осознанно выполнять правила безопасности жизнедеятельности;
- исключение из своей жизни вредных привычек (курения, пьянства и т. д.);

– воспитание ответственного отношения к сохранению окружающей природной среды, личному здоровью, как к индивидуальной и общественной ценности;

– освоение приемов действий в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, техногенного и социального характера;

• **метапредметных:**

– овладение умениями формулировать личные понятия о безопасности; анализировать причины возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций; обобщать и сравнивать последствия опасных и чрезвычайных ситуаций; выявлять причинно-следственные связи опасных ситуаций и их влияние на безопасность жизнедеятельности человека;

– овладение навыками самостоятельно определять цели и задачи по безопасному поведению в повседневной жизни и в различных опасных и чрезвычайных ситуациях, выбирать средства реализации поставленных целей, оценивать результаты своей деятельности в обеспечении личной безопасности;

– формирование умения воспринимать и перерабатывать информацию, генерировать идеи, моделировать индивидуальные подходы к обеспечению личной безопасности в повседневной жизни и в чрезвычайных ситуациях;

– приобретение опыта самостоятельного поиска, анализа и отбора информации в области безопасности жизнедеятельности с использованием различных источников и новых информационных технологий;

– развитие умения выражать свои мысли и способности слушать собеседника, понимать его точку зрения, признавать право другого человека на иное мнение;

– формирование умений взаимодействовать с окружающими, выполнять различные социальные роли во время и при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций;

– формирование умения предвидеть возникновение опасных ситуаций по характерным признакам их появления, а также на основе анализа специальной информации, получаемой из различных источников;

– развитие умения применять полученные теоретические знания на практике: принимать обоснованные решения и выработать план действий в конкретной опасной ситуации с учетом реально складывающейся обстановки и индивидуальных возможностей;

– формирование умения анализировать явления и события природного, техногенного и социального характера, выявлять причины их возникновения и возможные последствия, проектировать модели личного безопасного поведения;

– развитие умения информировать о результатах своих наблюдений, участвовать в дискуссии, отстаивать свою точку зрения, находить компромиссное решение в различных ситуациях;

– освоение знания устройства и принципов действия бытовых приборов и других технических средств, используемых в повседневной жизни;

приобретение опыта локализации возможных опасных — ситуаций, связанных с нарушением работы технических средств и правил их эксплуатации;

- формирование установки на здоровый образ жизни;
- развитие необходимых физических качеств: выносливости, силы, ловкости, гибкости, скоростных качеств, достаточных для того, чтобы выдерживать необходимые умственные и физические нагрузки;

• **предметных:**

- сформированность представлений о культуре безопасности жизнедеятельности, в том числе о культуре экологической безопасности как жизненно важной социально-нравственной позиции личности, а также средстве, повышающем защищенность личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз, включая отрицательное влияние человеческого фактора;
- получение знания основ государственной системы, российского законодательства, направленного на защиту населения от внешних и внутренних угроз;
- сформированность представлений о необходимости отрицания экстремизма, терроризма, других действий противоправного характера, а также асоциального поведения;
- сформированность представлений о здоровом образе жизни как о средстве обеспечения духовного, физического и социального благополучия личности;
- освоение знания распространенных опасных и чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального характера;
- освоение знания факторов, пагубно влияющих на здоровье человека;
- развитие знания основных мер защиты (в том числе в области гражданской обороны) и правил поведения в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций;
- формирование умения предвидеть возникновение опасных и чрезвычайных ситуаций по характерным для них признакам, а также использовать различные информационные источники;
- развитие умения применять полученные знания в области безопасности на практике, проектировать модели личного безопасного поведения в повседневной жизни и в различных опасных и чрезвычайных ситуациях;
- получение и освоение знания основ обороны государства и воинской службы: законодательства об обороне государства и воинской обязанности граждан; прав и обязанностей гражданина до призыва, во время призыва и прохождения военной службы, уставных отношений, быта военнослужащих, порядка несения службы и воинских ритуалов, строевой, огневой и тактической подготовки;
- освоение знания основных видов военно-профессиональной деятельности, особенностей прохождения военной службы по призыву и контракту, увольнения с военной службы и пребывания в запасе;
- владение основами медицинских знаний и оказания первой помощи пострадавшим при неотложных состояниях (травмах, отравлениях и различных видах поражений), включая знания об основных инфекционных заболеваниях и их профилактике;

## Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы безопасности жизнедеятельности» является базовой дисциплиной обязательной предметной области «Физическая культура, экология и основы безопасности жизнедеятельности». Дисциплина «Основы безопасности жизнедеятельности» изучается в цикле общеобразовательных дисциплин, формируемых из обязательных предметных областей ФГОС среднего общего образования, для специальностей гуманитарного профиля 42.02.01 Реклама и является основой для изучения дисциплины ОП.05 Безопасность жизнедеятельности.

## Содержание и структура дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Обеспечение личной безопасности и сохранение здоровья.	28	8	10	-	8	2
2	Государственная система обеспечения безопасности населения.	23	8	8	-	6	1
3	Основы обороны государства и воинская обязанность.	22	8	8	-	5	1
4	Основы медицинских знаний.	32	10	10	-	10	2
	<b>Всего</b>	<b>105</b>	<b>34</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>29</b>	<b>6</b>

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: аудиовизуальная технология, проблемное изложение, лекция с элементами дискуссии и диспута, разбор решения задач, презентация.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет (2 семестр)

## **Основная литература**

1. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для СПО / С. В. Абрамова [и др.] ; под общ. ред. В. П. Соломина. — М. : 2015. — 399 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02041-0. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/2F40D2AA-52CE-458E-9A2C-42B3296275F1](http://www.biblio-online.ru/book/2F40D2AA-52CE-458E-9A2C-42B3296275F1).

## **Дополнительная литература**

1. Каракеян, В. И. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для СПО / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : 2015. — 313 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04629-8. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/F1F91CBF-FB4C-4883-87AA-40CC2D9663AF](http://www.biblio-online.ru/book/F1F91CBF-FB4C-4883-87AA-40CC2D9663AF).

**Автор: Кладова Виктория Владимировна**

**Аннотация по дисциплине**  
**БД.05 Информатика**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 1 Семестр 1,2

Количество часов:

всего: 165

лекционных занятий – 54 час,

практических занятий – 56 час,

консультаций - 10 час,

самостоятельной работы – 45 час.

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся представлений о роли информатики и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в современном обществе, понимание основ правовых аспектов использования компьютерных программ и работы в Интернете.

**Задачи дисциплины:**

- формирование у обучающихся умений осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
- формирование у обучающихся умений применять, анализировать, преобразовывать информационные модели реальных объектов и процессов средствами информатики, используя при этом ИКТ, в том числе при изучении других дисциплин;
- развитие у обучающихся познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей путем освоения и использования методов информатики и средств ИКТ при изучении различных учебных предметов;
- приобретение обучающимися знаний этических аспектов информационной деятельности и глобальных информационных коммуникаций в глобальных сетях; осознание ответственности людей, вовлеченных в создание и использование информационных систем, распространение и использование информации;
- владение информационной культурой, способностью анализировать и оценивать информацию с использованием ИКТ, средств образовательных и социальных коммуникаций.

**Место дисциплины в структуре ИСССЗ:**

В учебном плане программы подготовки специалистов среднего звена (ИСССЗ) место базовой дисциплины «Информатика» — в составе дисциплин общеобразовательной подготовки специальности 42.02.01 Реклама. Дисциплина базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных обучающимися при изучении дисциплины «Информатика» в курсе основного общего образования. Изучение дисциплины «Информатика» необходимо для освоения последующей дисциплины ЕН.03 Информатика.

**Результаты обучения:**

Освоение содержания учебной дисциплины «Информатика» обеспечивает достижение обучающимися следующих результатов:

личностных:

- чувство гордости и уважения к истории развития и достижениям отечественной информатики в мировой индустрии информационных технологий;
- осознание своего места в информационном обществе;
- готовность и способность к самостоятельной и ответственной творческой деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий;
- умение использовать достижения современной информатики для повышения собственного интеллектуального развития в выбранной профессиональной деятельности, самостоятельно формировать новые для себя знания в

профессиональной области, используя для этого доступные источники информации;

- умение выстраивать конструктивные взаимоотношения в командной работе по решению общих задач, в том числе с использованием современных средств сетевых коммуникаций;
- умение управлять своей познавательной деятельностью, проводить самооценку уровня собственного интеллектуального развития, в том числе с использованием современных электронных образовательных ресурсов;
- умение выбирать грамотное поведение при использовании разнообразных средств информационно-коммуникационных технологий, как в профессиональной деятельности, так и в быту;
- готовность к продолжению образования и повышению квалификации в избранной профессиональной деятельности на основе развития личных информационно-коммуникационных компетенций

метапредметных:

- умение определять цели, составлять планы деятельности и определять средства, необходимые для их реализации;
- использование различных видов познавательной деятельности для решения информационных задач, применение основных методов познания (наблюдения, описания, измерения, эксперимента) для организации учебно-исследовательской и проектной деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий;
- использование различных информационных объектов, с которыми возникает необходимость сталкиваться в профессиональной сфере в изучении явлений и процессов;
- использование различных источников информации, в том числе электронных библиотек, умение критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников, в том числе из сети Интернет;
- умение анализировать и представлять информацию, данную в электронных форматах на компьютере в различных видах;
- умение использовать средства информационно-коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности;
- умение публично представлять результаты собственного исследования, вести дискуссии, доступно и гармонично сочетая содержание и формы представляемой информации средствами информационных и коммуникационных технологий

предметных:

- сформированность представлений о роли информации и информационных процессов в окружающем мире;
- владение навыками алгоритмического мышления и понимание методов формального описания алгоритмов, владение знанием основных алгоритмических конструкций, умение анализировать алгоритмы;
- использование готовых прикладных компьютерных программ по профилю подготовки;
- владение способами представления, хранения и обработки данных на компьютере;
- владение компьютерными средствами представления и анализа данных в электронных таблицах;
- сформированность представлений о базах данных и простейших средствах управления ими;

- сформированность представлений о компьютерно-математических моделях и необходимости анализа соответствия модели и моделируемого объекта (процесса);
- владение типовыми приемами написания программы на алгоритмическом языке для решения стандартной задачи с использованием основных конструкций языка программирования;
- сформированность базовых навыков и умений по соблюдению требований техники безопасности, гигиены и ресурсосбережения при работе со средствами информатизации;
- понимание основ правовых аспектов использования компьютерных программ и прав доступа к глобальным информационным сервисам;
- применение на практике средств защиты информации от вредоносных программ, правил личной безопасности и этики работы с информацией и средствами коммуникаций в Интернете.

### Содержание и структура дисциплины

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Введение	2	1	-	-	1	-
2	Информационная деятельность человека	24	6	6	-	10	2
3	Информация и информационные процессы	45	19	12	-	12	2
4	Средства информационных и коммуникационных технологий (ИКТ)	38	12	12	-	12	2
5	Технология создания и преобразования информационных объектов	36	10	20	-	4	2
6	Телекоммуникационные технологии	20	6	6	-	6	2
Всего		165	54	56	-	45	10

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: лекции – дискуссия, лекции с проблемным изложением; практические занятия - анализ конкретных ситуаций (Case-study), метод проектов.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет

#### Основная литература

1. Информатика. Новожилов, О. П. Информатика: учебник для СПО / О. П. Новожилов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 620 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04436-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/E5B0FB9A-1FD6-4753-8B15-CFAAC4983C1E](http://www.biblio-online.ru/book/E5B0FB9A-1FD6-4753-8B15-CFAAC4983C1E).

Автор: Васкевич Татьяна Владимировна

**Аннотация по дисциплине**  
**БД.06 География**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 1 семестр 1, 2  
Количество часов - 117 час.  
лекционных - 34 час.  
практических - 44 час.  
самостоятельной работы - 31 час.  
консультации - 8 час.

**Цели дисциплины:**

- освоение системы географических знаний о целостном, многообразном и динамично изменяющемся мире, взаимосвязи природы, населения и хозяйства на всех территориальных уровнях;
- овладение умениями сочетать глобальный, региональный и локальный подходы для описания и анализа природных, социально-экономических, геоэкологических процессов и явлений;
- развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей посредством ознакомления с важнейшими географическими особенностями и проблемами мира в целом, его отдельных регионов и ведущих стран;
- воспитание уважения к другим народам и культурам, бережного отношения к окружающей природной среде;
- использование в практической деятельности и повседневной жизни разнообразных географических методов, знаний и умений, а также географической информации;
- нахождение и применение географической информации, включая географические карты, статистические материалы, геоинформационные системы и интернет-ресурсы, для правильной оценки важнейших социально-экономических вопросов международной жизни;
- понимание географической специфики крупных регионов и стран мира в условиях стремительного развития международного туризма и отдыха, деловых и образовательных программ, телекоммуникаций и простого общения.

**Задачи дисциплины:**

- формирование знаний в исследовании отношений между человеческими сообществами и окружающей природной средой;
- формирование знаний прямого и побочного влияния производственной деятельности на состав и свойства окружающей среды;
- формирование знаний эффективности международного сотрудничества в области охраны окружающей природной среды.

**Место дисциплины в структуре ППСЗ:**

Учебная дисциплина География изучается в цикле общеобразовательных дисциплин на базе основного общего образования с получением среднего общего образования. Дисциплина География является базовой и формируется из образовательных предметных областей ФГОС среднего общего образования для специальности гуманитарного профиля 42.02.01 Реклама.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

- *личностных:*
  - сформированность ответственного отношения к обучению;

- готовность и способность студентов к саморазвитию и самообразованию на основе мотивации к обучению и познанию;
- сформированность целостного мировоззрения, соответствующего современному уровню развития географической науки и общественной практики;
- сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества;
- готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
- сформированность экологического мышления, понимания влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды; приобретение опыта эколого-направленной деятельности;
- сформированность коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками и взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, творческой и других видах деятельности;
- умение ясно, точно, грамотно излагать свои мысли в устной и письменной речи, понимать смысл поставленной задачи, выстраивать аргументацию, приводить аргументы и контраргументы;
- критичность мышления, владение первичными навыками анализа и критичной оценки получаемой информации; креативность мышления, инициативность и находчивость;

• **метапредметных:**

- владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, а также навыками разрешения проблем;
- готовность и способность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;
- умение ориентироваться в различных источниках географической информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;
- умение самостоятельно оценивать и принимать решения, определяющие стратегию поведения, с учетом гражданских и нравственных ценностей;
- осознанное владение логическими действиями определения понятий, обобщения, установления аналогий, классификации на основе самостоятельного выбора оснований и критериев;
- умение устанавливать причинно-следственные связи, строить рассуждение, умозаключение (индуктивное, дедуктивное и по аналогии) и делать аргументированные выводы;
- представление о необходимости овладения географическими знаниями с целью формирования адекватного понимания особенностей развития современного мира;
- понимание места и роли географии в системе наук; представление об обширных междисциплинарных связях географии;

• **предметных:**

- владение представлениями о современной географической науке, ее участии в решении важнейших проблем человечества;
- владение географическим мышлением для определения географических аспектов природных, социально-экономических и экологических процессов и проблем;
- сформированность системы комплексных социально ориентированных географических знаний о закономерностях развития природы, размещения населения и хозяйства, динамике и территориальных особенностях процессов, протекающих в географическом пространстве;

- владение умениями проведения наблюдений за отдельными географическими объектами, процессами и явлениями, их изменениями в результате природных и антропогенных воздействий;
- владение умениями использовать карты разного содержания для выявления закономерностей и тенденций, получения нового географического знания о природных социально-экономических и экологических процессах и явлениях;
- владение умениями географического анализа и интерпретации разнообразной информации; владение умениями применять географические знания для объяснения и оценки разнообразных явлений и процессов, самостоятельного оценивания уровня безопасности окружающей среды, адаптации к изменению ее условий;
- сформированность представлений и знаний об основных проблемах взаимодействия природы и общества, природных и социально-экономических аспектах экологических проблем.

#### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося, в т.ч. консультации (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Современная политическая карта мира	8	4	4	4
География населения мира	8	4	4	4
География мировых природных ресурсов	10	4	6	4
Современное мировое хозяйство	10	4	6	4
Страны и регионы в мировом экономическом пространстве	10	4	6	4
Россия в современном мире	10	4	6	4
Географические аспекты современных глобальных проблем человечества	22	10	12	7
Консультации				8
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>78</b>	<b>34</b>	<b>44</b>	<b>39</b>

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые на занятиях: технология активного обучения, личностно-ориентированная технология обучения, технология проблемного обучения.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет.

### **Основная литература**

1. Экономическая география : учебник и практикум для СПО / Я. Д. Вишняков [и др.] ; под общ. ред. Я. Д. Вишнякова. — М. 2015. — 594 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-6204-8. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/F2A642DD-9C1B-4646-8C6A-0C4FF7933D5A](http://www.biblio-online.ru/book/F2A642DD-9C1B-4646-8C6A-0C4FF7933D5A).
2. Калущков, В. Н. География России : учебник и практикум для СПО / В. Н. Калущков. — 2-е изд., испр. и доп. — М. 2015. — 347 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05504-7. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/5B8068C5-9958-476A-AA3E-C93C26835B58](http://www.biblio-online.ru/book/5B8068C5-9958-476A-AA3E-C93C26835B58).

**Автор:** Елена Сергеевна Сагалаева

## **Аннотация по дисциплине БД.07 Экология 42.02.01 Реклама**

Курс 1 Семестр 2

Количество часов:

всего: 51

лекционных занятий - 16 час,

практических занятий - 18 час,

консультаций - 4 час,

самостоятельной работы - 13 час.

### **Цели дисциплины:**

- получение фундаментальных знаний об экологических системах и особенностях их функционирования в условиях нарастающей антропогенной нагрузки; истории возникновения и развития экологии как естественнонаучной и социальной дисциплины, ее роли в формировании картины мира; о методах научного познания;
- овладение умениями логически мыслить, обосновывать место и роль экологических знаний в практической деятельности людей, развитии современных технологий; определять состояние экологических систем в природе и в условиях городских и сельских поселений; проводить наблюдения за природными и искусственными экосистемами с целью их описания и выявления естественных и антропогенных изменений;
- развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей обучающихся в процессе изучения экологии; путей развития природоохранной деятельности; в ходе работы с различными источниками информации;
- воспитание убежденности в необходимости рационального природопользования, бережного отношения к природным ресурсам и окружающей среде, собственному здоровью; уважения к мнению оппонента при обсуждении экологических проблем;
- использование приобретенных знаний и умений по экологии в повседневной жизни для оценки последствий своей деятельности (и деятельности других людей) по отношению к окружающей среде, здоровью других людей и собственному здоровью; соблюдению правил поведения в природе.

### **Задачи дисциплины:**

- сформировать знания основ науки – важнейших факторов, понятий, законов и теорий;
- развить интерес к экологии как возможной области будущей практической деятельности; развить интеллектуальные способности и гуманистические качества личности;
- сформировать экологическое мышление, убежденность в необходимости охраны окружающей среды.

### **Место дисциплины в структуре ППСЗ:**

Учебная дисциплина «Экология» является базовой дисциплиной из обязательной предметной области «Физическая культура, экология и основы безопасности жизнедеятельности» ФГОС среднего общего образования.

Дисциплина «Экология» изучается в цикле общеобразовательных дисциплин для специальности гуманитарного профиля 42.02.01 Реклама.

### **Результаты освоения учебной дисциплины**

Освоение содержания учебной дисциплины «Экология» обеспечивает достижение студентами следующих результатов:

личностных	<ul style="list-style-type: none"> <li>• устойчивый интерес к истории и достижениям в области экологии;</li> <li>• готовность к продолжению образования, повышению квалификации в избранной профессиональной деятельности, используя полученные экологические знания;</li> <li>• объективное осознание значимости компетенций в области экологии для человека и общества;</li> <li>• умения проанализировать техногенные последствия для окружающей среды, бытовой и производственной деятельности человека;</li> <li>• готовность самостоятельно добывать новые для себя сведения экологической направленности, используя для этого доступные источники информации;</li> <li>• умение управлять своей познавательной деятельностью, проводить самооценку уровня собственного интеллектуального развития;</li> <li>• умение выстраивать конструктивные взаимоотношения в команде по решению общих задач в области экологии;</li> </ul>
метапредметных	<ul style="list-style-type: none"> <li>• овладение умениями и навыками различных видов познавательной деятельности для изучения разных сторон окружающей среды;</li> <li>• применение основных методов познания (описания, наблюдения, эксперимента) для изучения различных проявлений антропогенного воздействия, с которыми возникает необходимость сталкиваться в профессиональной сфере;</li> <li>• умение определять цели и задачи деятельности, выбирать средства их достижения на практике;</li> <li>• умение использовать различные источники для получения сведений экологической направленности и оценивать ее достоверность для достижения поставленных целей и задач;</li> </ul>
предметных	<ul style="list-style-type: none"> <li>• сформированность представлений об экологической культуре как условии достижения устойчивого (сбалансированного) развития общества и природы, экологических связей в системе «человек—общество — природа»;</li> <li>• сформированность экологического мышления и способности учитывать и оценивать экологические последствия в разных сферах деятельности;</li> <li>• владение умениями применять экологические знания в жизненных ситуациях, связанных с выполнением типичных социальных ролей;</li> <li>• владение знаниями экологических императивов, гражданских прав и обязанностей в области энерго- и ресурсосбережения в интересах сохранения окружающей среды, здоровья и безопасности жизни;</li> <li>• сформированность личностного отношения к экологическим ценностям, моральной ответственности за экологические последствия своих действий в окружающей среде;</li> <li>• сформированность способности к выполнению проектов экологически ориентированной социальной деятельности, связанных с экологической безопасностью окружающей среды, здоровьем людей и повышением их экологической культуры.</li> </ul>

### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час) (в т. ч. консультации)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические занятия	
Введение	2	2		
Экология как научная дисциплина	4	2	2	3
Среда обитания человека и экологическая безопасность	8	4	4	2
Концепция устойчивого развития	10	4	6	4
Охрана природы	10	4	6	4
<b>Консультации</b>				<b>4</b>
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>17</b>

**Курсовые проекты или работы:** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: дискуссия, ситуационный анализ.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет.

#### **Основная литература**

Дерябин, В.А. Экология [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Дерябин, Е.П. Фарафонтова. — Электрон. дан. — Екатеринбург : УрФУ, 2015. — 136 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/98716>. — Загл. с экрана.

**Автор:** Мегес Руслан Киримович

**Аннотация по дисциплине БД.08 Естествознание  
42.02.01 Реклама**

Курс 1 Семестр 1, 2

Количество часов:

всего: 174

лекционных занятий - 54 час,

практических занятий - 62 час,

консультаций – 10 час,

самостоятельной работы - 48 час.

**Цели дисциплины:**

- освоение знаний о современной естественно-научной картине мира и методах естественных наук; знакомство с наиболее важными идеями и достижениями естествознания, оказавшими определяющее влияние на развитие техники и технологий;
- овладение умениями применять полученные знания для объяснения явлений окружающего мира, восприятия информации естественно-научного и профессионально значимого содержания; развитие интеллектуальных, творческих способностей и критического мышления в ходе проведения простейших исследований, анализа явлений, восприятия и интерпретации естественно-научной информации;
- воспитание убежденности в возможности познания законной природы и использования достижений естественных наук для развития цивилизации и повышения качества жизни;
- применение естественно-научных знаний в профессиональной деятельности и повседневной жизни для обеспечения безопасности жизнедеятельности; грамотного использования современных технологий; охраны здоровья, окружающей среды.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать представление о естественнонаучной картине мира у обучающихся, раскрывающей практическое значение естественнонаучных знаний во всех сферах жизни современного общества, в том числе в гуманитарной сфере;
- развить логическое мышление, пространственное воображение, критичность мышления на уровне, необходимом для будущей профессиональной деятельности, для продолжения образования и самообразования;
- овладеть некоторыми элементами исследовательского метода;
- уметь использовать естественнонаучные знания в повседневной жизни и ситуациях общественной дискуссии.

**Место дисциплины в структуре ППСЗ:**

Учебная дисциплина «Естествознание» является базовой дисциплиной из обязательной предметной области «Естественные науки» ФГОС среднего общего образования.

Интегрированная учебная дисциплина «Естествознание», включает три раздела, обладающие относительной самостоятельностью и целостностью — «Физика», «Химия», «Биология», что не нарушает привычную логику естественно-научного образования обучающихся.

Место учебной дисциплины «Естествознание» - в составе общеобразовательных учебных дисциплин для специальности гуманитарного профиля 42.02.01 Реклама.

**Результаты освоения учебной дисциплины**

Освоение содержания учебной дисциплины «Естествознание», обеспечивает достижение студентами следующих результатов:

	<p>позволяющим познавать мир, участвовать в дискуссиях по естественно-научным вопросам, использовать различные источники информации для подготовки собственных работ, критически относиться к сообщениям СМИ, содержащим научную информацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>сформированность умений понимать значимость естественно-научного знания для каждого человека независимо от его профессиональной деятельности, различать факты и оценки, сравнивать оценочные выводы, видеть их связь с критериями оценок и связь критериев с определенной системой ценностей.</li> </ul>
--	--

### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час) (в т. ч. консультации)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические занятия	
<b>ФИЗИКА</b>				
Введение	1	1		
Механика	9	5	4	4
Основы молекулярной физики и термодинамики	10	6	4	4
Основы электродинамики	12	8	4	4
Колебания и волны	8	4	4	2
Элементы квантовой физики	4	4		2
Вселенная и ее эволюция	4	4		2
<b>Консультации</b>				<b>6</b>
<b>Всего за I семестр</b>	<b>48</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>24</b>
<b>ХИМИЯ</b>				
Введение	1	1		
<b>Общая и неорганическая химия</b>				
Основные понятия и законы химии	2	1	1	1
Периодический закон и Периодическая система химических элементов Д. И. Менделеева	4	1	3	1
Строение вещества	4	1	3	2
Вода. Растворы	4	1	3	2
Химические реакции	4	1	3	2
Классификация неорганических соединений и их свойства	6	1	5	4
Металлы и неметаллы	6	2	4	2
<b>Органическая химия</b>				
Основные понятия органической химии и теория строения органических соединений	2	1	1	2
Углеводороды и их	6	2	4	4

**Аннотация по дисциплине  
ПД.01 Русский язык и литература. Русский язык**

**42.02.01 Реклама**

Курс 1 Семестр 1,2

Количество часов:

всего: 186 часов

лекционных занятий – 58 часов

практических занятий – 66 часов

консультаций – 14 часов

самостоятельной работы – 48 часов.

**Цели дисциплины:**

- изучение основных свойств русского языка, его устройства и функционирования в различных сферах и ситуациях общения, стилистических ресурсов и основных норм русского литературного языка.
- формирование умений опознавать, анализировать, классифицировать языковые факты, оценивать их с точки зрения нормативности, соответствия ситуации и сфере общения.
- развитие умений работы с текстом, осуществления информационного поиска, извлечения и преобразования необходимой информации.
- воспитание сознательного отношения к языку как явлению культуры, основному средству общения и получения знаний в разных сферах человеческой деятельности, а также воспитание интереса и любви к русскому языку в пределах учебной дисциплины.

**Задачи дисциплины:**

1. Дать обучающимся представление о роли языка в жизни общества как развивающегося явления, о месте русского языка в современном мире, его богатстве и выразительности в пределах учебной дисциплины.
2. Обеспечить усвоение круга необходимых знаний из области морфологии, орфографии, пунктуации, стилистики, а также формирование умений применять эти знания на практике.
3. Развивать речь обучающихся: обогащать их активный и пассивный запас слов, грамматический строй речи; способствовать усвоению норм литературного языка, формированию и совершенствованию умений и навыков грамотного и свободного владения устной и письменной речью во всех основных видах речевой деятельности в ходе занятий по дисциплине.
4. Формировать и совершенствовать орфографические и пунктуационные умения и навыки.

**Место дисциплины в структуре ПССЗ:**

Учебная дисциплина ПД.01 Русский язык и литература. Русский язык является обязательной частью общеобразовательного цикла в составе

предметной области «Филология» ФГОС среднего общего образования программы подготовки специалистов среднего звена гуманитарного профиля специальности 42.02.01 Реклама. Данная учебная дисциплина является профильной для освоения следующих дисциплин: ОГСЭ.01 Основы философии, ОГСЭ.02 История, ОГСЭ.03 Иностранный язык, ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи.

### **Результаты обучения (знания, умения, практический опыт)**

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен достичь следующих результатов:

#### **личностных:**

- воспитание уважения к русскому (родному) языку, который сохраняет и отражает культурные и нравственные ценности, накопленные народом на протяжении веков, осознание связи языка и истории, культуры русского и других народов;
- понимание роли родного языка как основы успешной социализации личности;
- осознание эстетической ценности, потребности сохранить чистоту русского языка как явление национальной культуры;
- формирование мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;
- способность к речевому самоконтролю; оцениванию устных и письменных высказываний с точки зрения языкового оформления, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач;
- готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
- способность к самооценке на основе наблюдения за собственной речью, потребность речевого самосовершенствования;

#### **метапредметных:**

- владение всеми видами речевой деятельности: аудированием, чтением(пониманием), говорением, письмом;
- владение языковыми средствами – умение ясно, логично и точно излагать свою точку зрения, использовать адекватные языковые средства; использование приобретённых знаний и умений для анализа языковых явлений на межпредметном уровне;
- применение навыков сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в процессе речевого общения, образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности;
- овладение нормами речевого поведения в различных ситуациях межличностного и межкультурного общения;
- готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в

- различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;
- умение извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, информационных и коммуникационных технологий для решения когнитивных, коммуникативных и организационных задач в процессе изучения русского языка;

**предметных:**

- сформированность понятий о нормах русского литературного языка и применение знаний о них в речевой практике;
- сформированность умений создавать устные и письменные монологические и диалогические высказывания различных типов и жанров в учебно-научной(на материале изучаемых учебных дисциплин), социально-культурной и деловой сферах общения;
- владение навыками самоанализа и самооценки на основе наблюдений за собственной речью,
- владение умением анализировать текст с точки зрения наличия в нём явной и скрытой, основной и второстепенной информации;
- владение умением представлять тексты в виде тезисов, конспектов, аннотаций, рефератов, сочинений различных жанров;
- сформированность представлений об изобразительно-выразительных возможностях русского языка;
- сформированность умений учитывать исторический, историко-культурный контекст и контекст творчества писателя в процессе анализа текста;
- способность выявлять в художественных текстах образы, темы и проблемы и выражать своё отношение к теме, проблеме текста в развёрнутых аргументированных устных и письменных высказываниях;
- владение навыками анализа текста с учётом их стилистической и жанрово-родовой специфики; осознание художественной картины жизни, созданной в литературном произведении, в единстве эмоционального личностного восприятия и интеллектуального понимания;
- сформированность представлений о системе стилей языка художественной литературы.

**Содержание и структура дисциплины**

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
	Введение	1	1	-	-	-	-
1	Наука о русском языке	5	3	-	-	1	1

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
2	Язык и речь	4	-	2	-	1	1
3	Фонетика и орфография. Графика и орфография	6	1	3	-	1	1
4	Лексика и фразеология	10	4	4	-	1	1
5	Морфемика и словообразование	10	1	5	-	2	2
6	Морфология и законы правописания	72	22	26	-	20	4
7	Синтаксис и пунктуация	74	24	24	-	22	4
Подготовка к аттестации		4	2	2	-	-	-
<b>Итого:</b>		<b>186</b>	<b>58</b>	<b>66</b>	<b>-</b>	<b>48</b>	<b>14</b>

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены.

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:** презентация, решение задач малыми группами, круглый стол, игровые занятия на моделях.

**Вид аттестации:** экзамен (1, 2 семестр).

#### **Основная литература**

1. Лобачева, Н. А. Русский язык. Лексикология. Фразеология. Лексикография. Фонетика. Орфоэпия. Графика. Орфография : учебник для СПО / Н. А. Лобачева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : 2015. — 281 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02466-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/D852C718-D0A9-425E-AC83-E6CCB950780B](http://www.biblio-online.ru/book/D852C718-D0A9-425E-AC83-E6CCB950780B).
2. Лобачева, Н. А. Русский язык. Морфемика. Словообразование. Морфология : учебник для СПО / Н. А. Лобачева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : 2015. — 298 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02438-8. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/501EA7EA-5CF7-473D-9ABD-25C07AB0C11D](http://www.biblio-online.ru/book/501EA7EA-5CF7-473D-9ABD-25C07AB0C11D).
3. Лобачева, Н. А. Русский язык. Синтаксис. Пунктуация : учебник для СПО / Н. А. Лобачева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : 2015. — 141 с. — (Серия : Профессиональное образование).-ISBN 978-5-534-04251-1.-Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/46F4A4C1-F295-49E9-8EF6-29F7B79B2EA2](http://www.biblio-online.ru/book/46F4A4C1-F295-49E9-8EF6-29F7B79B2EA2).

**Автор:** Герасимчук Лилия Васильевна

**Аннотация по дисциплине**  
ПД.02 Русский язык и литература. Литература

**42.02.01 Реклама**

Курс 1 Семестр 1, 2

Количество часов:

всего: 285 час,

лекционных занятий – 88 час,

практические занятия – 102 час,

консультации – 12 час,

самостоятельная работа – 83 час.

**Цель дисциплины:** воспитание духовно развитой личности, способной к созидательной деятельности в современном мире; приобщение обучающихся к богатствам русской и мировой художественной литературы, развитие их способности эстетического восприятия и оценки произведений литературы и отраженных в ней явлений жизни, формирование эстетических вкусов, потребностей, гражданской идейно-нравственной позиции.

**Задачи дисциплины:**

- Развивать представление о специфике литературы в ряду других искусств, культуры читательского восприятия художественного текста, понимания авторской позиции, исторической и эстетической обусловленности литературного процесса; образного и аналитического мышления, эстетических и творческих способностей обучающихся, читательских интересов, художественного вкуса; устной и письменной речи обучающихся;
- Освоить тексты художественных произведений в единстве содержания и формах, основные историко-литературные сведения и теоретико-литературные понятия;
- Совершенствовать умение анализировать и интерпретировать литературные произведения как художественно целые в его историко-литературной обусловленности с использованием теоретико-литературных знаний; написания сочинений различных типов; поиска, систематизации и использования необходимой информации, в том числе в сети Интернет.

**Место дисциплины в структуре ПССЗ:**

Учебная дисциплина ПД.02 Русский язык и литература. Литература является частью цикла в составе предметной области «Филология» ФГОС среднего общего образования программы подготовки специалистов среднего звена гуманитарного профиля специальности 42.02.01 Реклама. Данная учебная дисциплина является профильной для освоения следующих дисциплин: ОГСЭ.01 Основы философии, ОГСЭ.02 История, ОГСЭ. 03 Иностранный язык, ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи.

## **Результаты обучения (знания, умения, практический опыт)**

Освоение содержания учебной дисциплины «Литература» обеспечивает достижение обучающимися следующих результатов:

### **личностных:**

- сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;
- сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
- толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения;
- готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;
- эстетическое отношение к миру;
- совершенствование духовно-нравственных качеств личности, воспитание чувства любви к многонациональному Отечеству, уважительного отношения к русской литературе, культурам других народов;
- использование для решения познавательных и коммуникативных задач различных источников информации (словарей, энциклопедий, Интернет-ресурсов и др.);

### **метапредметных:**

- умение понимать проблему, выдвигать гипотезу, структурировать материал, подбирать аргументы для подтверждения собственной позиции, выделять причинно-следственные связи в устных и письменных высказываниях, формулировать выводы;
- умение самостоятельно организовывать собственную деятельность, оценивать ее, определять сферу своих интересов;
- умение работать с разными источниками информации, находить ее, анализировать, использовать в самостоятельной деятельности;
- владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;

### **предметных:**

- сформированность устойчивого интереса к чтению как средству познания других культур, уважительного отношения к ним;
- сформированность навыков различных видов анализа литературных произведений;

- владение навыками самоанализа и самооценки на основе наблюдений за собственной речью;
- владение умением анализировать текст с точки зрения наличия в нем явной и скрытой, основной и второстепенной информации;
- владение умением представлять тексты в виде тезисов, конспектов, аннотаций, рефератов, сочинений различных жанров;
- знание содержания произведений русской, родной и мировой классической литературы, их историко-культурного и нравственно-ценностного влияния на формирование национальной и мировой культуры;
- сформированность умений учитывать исторический, историко-культурный контекст и контекст творчества писателя в процессе анализа художественного произведения;
- способность выявлять в художественных текстах образы, темы и проблемы и выражать свое отношение к ним в развернутых аргументированных устных и письменных высказываниях;
- владение навыками анализа художественных произведений с учетом их жанрово-родовой специфики; осознание художественной картины жизни, созданной в литературном произведении, в единстве эмоционального личностного восприятия и интеллектуального понимания;
- сформированность представлений о системе стилей языка художественной литературы.

### Содержание и структура дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ		
1	2	3	4	5	6	7
	Введение	2	2	0	0	0
1	Развитие русской литературы и культуры в первой половине XIX века	21	7	7	6	1
2	Особенности развития русской литературы во второй половине XIX века	33	10	12	9	2
3	Поэзия второй половины XIX века	24	7	7	9	1
4	Проза второй половины XIX века	38	14	16	6	2
5	Литература XX века	34	11	13	9	1
6	Поэзия «серебряного века»	59	19	21	18	1
7	Литература 1920-1930-х годов	23	4	10	8	1
8	Литература о Великой Отечественной войне	15	4	4	6	1
9	Творчество писателей-прозаиков 1950—1980-х годов	26	7	9	9	1

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ		
10	Особенности развития литературы конца 1980—2000-х годов	10	3	3	3	1
	<b>Итого:</b>	<b>285</b>	<b>88</b>	<b>102</b>	<b>83</b>	<b>12</b>

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены.

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:** дискуссии, презентации, круглый стол, анализ конкретных ситуаций, пресс-конференции, разыгрывание ролей, решение задач малыми группами, олимпиады, проблемное изложение.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет (1,2 семестры).

### **Основная литература**

1. Фортунатов, Н. М. Русская литература первой трети XIX века : учебник для СПО / Н. М. Фортунатов, М. Г. Уртминцева, И. С. Юхнова ; под ред. Н. М. Фортунатова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : 2015. — 207 с. (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-6020-4. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/77533683-0B63-4A86-8FABF0C9DF435FB](http://www.biblio-online.ru/book/77533683-0B63-4A86-8FABF0C9DF435FB).

2. Фортунатов, Н. М. Русская литература второй трети XIX века: учебник для СПО / Н. М. Фортунатов, М. Г. Уртминцева, И. С. Юхнова ; под ред. Н. М. Фортунатова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : 2015. — 246 с. (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01043-5. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/1D07F196-448F-4267-9860-9635094E642B](http://www.biblio-online.ru/book/1D07F196-448F-4267-9860-9635094E642B).

3. Фортунатов, Н. М. Русская литература последней трети XIX века : учебник для СПО / Н. М. Фортунатов, М. Г. Уртминцева, И. С. Юхнова ; под ред. Н. М. Фортунатова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : 2015. — 283 с. (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00937-8. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/502F45E9-6DB146B39D66FAC96A7077D1](http://www.biblio-online.ru/book/502F45E9-6DB146B39D66FAC96A7077D1).

4. История русской литературы XX - XXI веков : учебник и практикум для СПО / В. А. Мескин [и др.]. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 411 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01425-9. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/ADE125C5-F268-4F70-B95D-DEB05F9BB9B7](http://www.biblio-online.ru/book/ADE125C5-F268-4F70-B95D-DEB05F9BB9B7).

**Автор:** Герасимчук Лилия Васильевна

## Аннотация по дисциплине

### ПД.03 История

#### 42.02.01 Реклама

Курс 1 Семестр 1

Количество часов:

всего: 240 ч.

лекционных занятий: 64 ч.

практических занятий: 96 ч.

консультаций: 8 ч.

самостоятельной работы: 72 ч.

**Цель дисциплины:** 1. Характеристика культурно-исторического своеобразия России, ее роль в мировой и европейской цивилизации, органической взаимосвязи российской и мировой истории;

2. Формирование у студентов углубленных исторических знаний, а также исторического мировоззрения и представления об основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней.

**Задачи дисциплины:** 1. Создание комплексного представления о движущих силах и закономерностях мирового исторического процесса, о роли личности в истории;

2. Воспитание разносторонне развитой личности гражданина России, знающего и уважающего ее историю, культуру, национальные традиции, ориентированного в системе ценностей и потребностей современной жизни.

### Место дисциплины в структуре ППСЗ

учебная дисциплина входит в цикл профильных дисциплин (ПД) учебного плана на базе основного общего образования с получением среднего общего образования. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе примерной программы ФГАУ «ФИРО» по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) и является основой для изучения дисциплин ОГСЭ.01 Основы философии и ОГСЭ.02 История.

#### Результаты обучения:

В результате изучения дисциплины специалист должен:

#### **Знать:**

основные факты, процессы и явления, характеризующие целостность отечественной и всемирной истории;

- периодизацию всемирной и отечественной истории;
- современные версии и трактовки важнейших проблем отечественной и всемирной истории.

**Уметь:**

анализировать историческую информацию, представленную в разных знаковых системах (текст, карта, таблица, схема, аудиовизуальный ряд);

- различать в исторической информации факты и мнения, исторические описания и исторические объяснения;

- устанавливать причинно-следственные связи между явлениями, пространственные и временные рамки изучаемых исторических процессов и явлений;

- представлять результаты изучения исторического материала в формах конспекта, реферата, рецензии;

- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

- определения собственной позиции по отношению к явлениям современной жизни, исходя из их исторической обусловленности;

- использования навыков исторического анализа при критическом восприятии получаемой извне социальной информации;

- соотнесения своих действий и поступков окружающих с исторически возникшими формами социального поведения;

- осознания себя как представителя исторически сложившегося гражданского, этнокультурного, конфессионального сообщества, гражданина России.

- особенности исторического пути России, ее роль в мировом сообществе;

- основные исторические термины и даты.

**Содержание и структура дисциплины:**

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	<b>Введение</b>	2	2	-	-		
2	<b>Древнейшая стадия истории человечества.</b>	11	2	4	-	5	
3	<b>Цивилизации Древнего мира.</b>	15	4	6	-	5	
4	<b>Цивилизации Запада и Востока в Средние века.</b>	15	4	6	-	5	

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
5	От Древней Руси к Российскому государству.	19	6	8	-	5	
6	Россия в XVI— XVII веках: от великого княжества к царству.	15	4	6	-	5	
7	Страны Запада и Востока в XVI— XVIII веках.	15	4	6	-	5	
8	Россия в конце XVII— XVIII веков: от царства к империи.	15	4	6	-	5	
9	Становление индустриальной цивилизации.	13	2	6	-	5	
10	Процесс модернизации в традиционных обществах Востока.	15	2	8	-	5	
11	Российская империя в XIX веке.	17	6	6	-	5	
12	От Новой истории к Новейшей.	17	4	8	-	5	
13	Межвоенный период 1918 – 1939гг.	13	4	6	-	3	
14	Вторая мировая война. Великая Отечественная война.	17	4	8	-	5	
15	Соревнование социальных систем. Современный мир.	13	4	6	-	3	
16	Апогей и кризис советской системы. 1945—1991 год.	11	4	4	-	3	
17	Российская Федерация на рубеже XX— XXI веков.	9	4	2	-	3	
	Всего	240	64	96	-	72	8

**Курсовые проекты(работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:** Лекция с элементами дискуссии, мультимедиа-лекция с элементами дискуссии, проблемная лекция.

**Вид аттестации:** экзамен

**Основная литература:**

Зуев, М. Н. История России: учебник и практикум для СПО / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 545 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01293-4. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/1E572CDA-4862-4F94-AC12-DAA10674B485](http://www.biblio-online.ru/book/1E572CDA-4862-4F94-AC12-DAA10674B485).

**Автор:** Наймушин Сергей Иванович

**Аннотация по дисциплине**  
**ПД.04 Обществознание (включая экономику и право)**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 1 Семестр 2

Количество часов:

всего: 207 ч.

лекционных занятий: 68 ч.

практических занятий: 70 ч.

консультаций: 6 ч.

самостоятельной работы: 63 ч.

**Цель дисциплины:** Содействовать формированию у учащихся, детей старшего подросткового возраста, целостного представления о тенденциях и закономерностях развития человеческого общества, его социальной структуре, политических институтов, экономического базиса и духовной сферы, становлению правосознания и гражданской позиции.

**Задачи дисциплины:** Данная дисциплина призвана помочь воспитанию гражданственности, социальной ответственности, правового самосознания, патриотизма, приверженности конституционным принципам РФ, развитию личности на стадии начальной социализации, углублению интереса к изучению социально-экономических и политико-правовых дисциплин, умению получать информацию из различных источников, анализировать, систематизировать её, делать выводы и прогнозы.

**Место дисциплины в структуре ППСЗ**

Учебная дисциплина входит в цикл общеобразовательных дисциплин (БД) учебного плана на базе основного общего образования с получением среднего общего образования. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе примерной программы ФГАУ «ФИРО» по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) и является основой для изучения дисциплин ОГСЭ.01 Основы философии и ОГСЭ.02 История.

**Результаты обучения:**

В результате изучения дисциплины специалист должен:

**Знать:** биосоциальную сущность человека, основные этапы и факторы социализации личности, место и роль человека в системе общественных отношений; тенденции развития общества в целом как сложной динамической системы, а также важнейших социальных институтов; необходимость регулирования общественных отношений, сущность социальных норм, механизмы правового регулирования.

**Уметь:** - анализировать информацию о социальных объектах, выделяя их общие черты и различия, устанавливая соответствия между существенными чертами и признаками изученных социальных явлений и обществоведческими терминами и понятиями;

- объяснять причинно-следственные и функциональные связи изученных социальных объектов (включая взаимодействие человека и общества, важнейших социальных институтов общества и природной среды, общества и культуры, взаимосвязи подсистем и элементов общества);

- раскрывать на примерах изученные теоретические положения и понятия социально-экономических и гуманитарных наук;

- осуществлять поиск социальной информации, представленной в различных знаковых системах;

- извлекать из неадаптированных оригинальных текстов знания по заданным темам; систематизировать, анализировать и обобщать неупорядоченную социальную информацию, различать в ней факты и мнения, аргументы и выводы;

- оценивать действия субъектов социальной жизни, включая личности, группы, организации, с точки зрения социальных норм, экономической рациональности;

- формулировать на основе приобретенных обществоведческих знаний собственные суждения и аргументы по определенным проблемам;

- подготовить устное выступление, творческую работу по социальной проблематике;

- применять социально-экономические и гуманитарные знания в процессе решения познавательных задач по актуальным социальным проблемам.

#### **Содержание и структура дисциплины:**

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	<b>Введение</b>	2	2	-	-		
2	<b>Человек и общество</b>	24	6	10	-	8	
3	<b>Духовная культура человека и общества</b>	28	10	10	-	8	

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
4	Экономика	30	10	10	-	10	
5	Социальные отношения	36	12	12	-	12	
6	Политика	35	12	13	-	10	
7	Право	46	16	15	-	15	
	Всего	207	68	70		63	6

**Курсовые проекты(работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:** Лекция с элементами дискуссии, мультимедиа-лекция с элементами дискуссии, проблемная лекция.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет

**Основная литература:**

Обществознание: учебник для СПО / В. И. Купцов [и др.]; под ред. В. И. Купцова. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 242 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05353-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/BB60514E-CBAB-4841-BCAA-CE7216FF6398](http://www.biblio-online.ru/book/BB60514E-CBAB-4841-BCAA-CE7216FF6398).

**Автор:** Наймушин Сергей Иванович

**Аннотация по дисциплине**  
**ОГСЭ.01 Основы философии**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 3

Количество часов:

всего: 62 ч.

лекционных занятий: 36 ч.

практических занятий: 12 ч.

консультаций: 4 ч.

самостоятельной работы: 10 ч.

**Цель дисциплины:**

Формирование культуры мышления, понимание проблем существования человека в мире, развитие способности проблемного и критического мировосприятия и миропонимания.

**Задачи дисциплины:**

1. Формирование у студентов целостного представления о мире.
2. Обращение к проблемам смысла человеческого существования.
3. Овладение основными методами философского и научного познания.
4. Формирование гражданской позиции и ответственности.

**Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** учебная дисциплина входит в цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин (ОГСЭ) и является обязательной. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама. Утвержден приказом №510 от 12.05.2014. Базовые дисциплины ПД.03 История и ПД.04 Обществознание (включая экономику и право) являются обязательными для предварительного изучения дисциплины ОГСЭ.01 Основы философии. Компетенции, сформированные при изучении дисциплины ОГСЭ.01 Основы философии, будут закреплены в процессе освоения общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей.

## Требования к уровню освоения дисциплины:

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Знать	<p>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</p>
Уметь	<p>ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия, познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основе формирования культуры гражданина и будущего специалиста</p>

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя- тельная работа	Консуль- тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Введение	8	6	-	-	2	
2	Этапы развития философии.	18	18	-	-	-	
3	Онтология	10	4	4	-	2	
4	Диалектика	6	2	2	-	2	
5	Гносеология	6	2	2	-	2	
6	Философская антропология	8	4	2	-	2	
7	Итоговое занятие - зачет	2		2			
	Всего	62	36	12		10	4

**Курсовые проекты(работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:** Лекция с элементами дискуссии, мультимедиа-лекция с элементами дискуссии, проблемная лекция.

**Вид аттестации:** зачет

**Основная литература:** Ивин, А. А. Основы философии: учебник для СПО / Ивин А. А., Никитина И. П. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 478 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02437-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/5A2A5111-086F-4B27-B5A9-C894E8CD9B43](http://www.biblio-online.ru/book/5A2A5111-086F-4B27-B5A9-C894E8CD9B43).

**Автор:** Наймушин Сергей Иванович

## Аннотация по дисциплине

### ОГСЭ.02 История

#### 42.02.01 Реклама

Курс 2 Семестр 3

Количество часов:

всего: 62 ч.

лекционных занятий: 36 ч.

практических занятий: 12 ч.

самостоятельной работы 10 ч.

консультации 4 ч.

#### **Цель дисциплины:**

Содействие становлению общекультурной компетентности обучающихся через развитие способности понимать историческую обусловленность явлений и процессов современного мира, определять собственную позицию по отношению к окружающей реальности, соотносить свои взгляды и принципы с исторически возникшими мировоззренческими системами.

#### **Задачи дисциплины:**

1. Стимулировать освоение систематизированных знаний об истории человечества, формирование целостного представления о месте и роли России во всемирно-историческом процессе.
2. Содействовать овладению умениями и навыками поиска, систематизации и комплексного анализа исторической информации.
3. Обеспечить формирование исторического мышления — способности рассматривать события и явления с точки зрения их исторической обусловленности, сопоставлять различные версии и оценки исторических событий и личностей, определять собственное отношение к дискуссионным проблемам прошлого и современности.

**Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** учебная дисциплина входит в цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин (ОГСЭ). Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама. Базовые дисциплины ПД.03 История и ПД.04 Обществознание (включая экономику и право) являются обязательными для предварительного

изучения дисциплины ОГСЭ.02 История, которая является основой для общепрофессиональных дисциплин, модулей.

**Требования к уровню освоения дисциплины:**

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Знать	<p>основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX и XXI вв.);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX - начале XXI вв.;</li> <li>- основные процессы (интеграционные, поликультурные, миграционные и иные) политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира;</li> <li>- назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;</li> <li>- о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций;</li> <li>- содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.</li> </ul>
Уметь	ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;

	- выявлять взаимосвязь российских, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем.
--	--

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Россия в начале XX в.: противоречия и модернизация.	7	4	2	-	1	
2	Революции 1917 года: выбор альтернативы развития.	3	2	-	-	1	
3	Установление Советской власти и Гражданская война.	5	2	2		1	
4	СССР в 1920-1930 - х гг. установление командно – административной системы.	5	4	-	-	1	
5	Накануне ВОВ. Международное положение СССР.	5	4	-	-	1	
6	СССР во Второй мировой войне. Великая Отечественная война.	9	6	2	-	1	
7	СССР в 1945-1964 гг.	5	4	-	-	1	
8	СССР в 1964 – 1991 гг.	7	4	2	-	1	
9	Россия на рубеже XX – XXI вв.	3	2	-	-	1	
10	Россия в мировых интеграционных процессах.	5	2	2	-	1	
11	РФ на современном этапе.	2	2	-	-		
12	Итоговое занятие - зачет	2		2	-	-	
	Всего	62	36	12		10	4

**Курсовые проекты(работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:** Лекция с элементами дискуссии, мультимедиа-лекция с элементами дискуссии, проблемная лекция.

**Вид аттестации:** зачет

**Основная литература:**

Карпачев, С. П. История России: учебное пособие для СПО / С. П. Карпачев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 273 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8704-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/79F00B58-F2FC-4AD3-923B-BB35CFDCFB49](http://www.biblio-online.ru/book/79F00B58-F2FC-4AD3-923B-BB35CFDCFB49).

**Автор:** Наймушин Сергей Иванович

**Аннотация по дисциплине**  
**ОГСЭ.03 Иностранный язык (английский)**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2, 3, 4 Семестр 3, 4, 5, 6, 7

Количество часов:

Всего: 192 часа

лекционных занятий – не предусмотрено,

практических занятий – 172 часа,

консультаций – не предусмотрено,

самостоятельной работы – 20 часов.

**Цели дисциплины:**

- формирование коммуникативной иноязычной компетенции, необходимой для успешной социализации и самореализации, как инструмента межкультурного общения в современном поликультурном мире;
- овладение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка;
- достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;
- сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях.

**Задачи дисциплины:** формирование и дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (лингвистической, социолингвистической, дискурсивной, социокультурной, социальной, стратегической, предметной):

- *лингвистической* — расширение знаний о системе русского и английского языков, совершенствование умения использовать грамматические структуры и языковые средства в соответствии с нормами данного языка, свободное использование приобретенного словарного запаса;
- *социолингвистической* — совершенствование умений в основных видах речевой деятельности (аудировании, говорении, чтении, письме), а также в выборе лингвистической формы и способа языкового выражения, адекватных ситуации общения, целям, намерениям и ролям партнеров по общению;
- *дискурсивной* — развитие способности использовать определенную стратегию и тактику общения для устного и письменного конструирования и интерпретации связных текстов на английском языке по изученной проблематике, в том числе демонстрирующие творческие способности обучающихся;

- *социокультурной* — овладение национально-культурной спецификой страны изучаемого языка и развитие умения строить речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и англоговорящих стран;
- *социальной* — развитие умения вступать в коммуникацию и поддерживать ее;
- *стратегической* — совершенствование умения компенсировать недостаточность знания языка и опыта общения в иноязычной среде;
- *предметной* — развитие умения использовать знания и навыки, формируемые в рамках дисциплины «Иностранный язык (английский)», для решения различных проблем.

### Место дисциплины в структуре ППСЗ:

Учебная дисциплина ОГСЭ.03 Иностранный язык (английский) является дисциплиной общего гуманитарного и социально-экономического цикла программы подготовки специалистов среднего звена гуманитарного профиля специальности 42.02.01 Реклама. Базовые дисциплины: «Иностранный язык (английский)», «География», профильные дисциплины: «Русский язык», «Литература», «История», «Обществознание (включая экономику и право)», являются обязательными для предварительного изучения дисциплины ОГСЭ.03 Иностранный язык (английский), которая является основой для общепрофессиональных дисциплин, модулей.

### Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

Код компетенции	Формулировка компетенции
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.

Знать	лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;</li> <li>• переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности;</li> <li>• самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас.</li> </ul>

#### Содержание и структура дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов						
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации	
			Л	ПЗ	ЛР			
1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Раздел 1. Вводно-коррекционный курс.	4		4				
2	Раздел 2. Основное содержание.	74		66		8		
3	Раздел 3. Развивающий курс.	78		70		8		
4	Раздел 4. Профессиональный курс.	36		32		4		
	<b>Всего</b>	<b>192</b>		<b>172</b>		<b>20</b>		

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях:

В процессе обучения применяются образовательные технологии личностно-деятельностного, развивающего и проблемного обучения. В учебном процессе наряду с традиционными образовательными технологиями используются компьютерное тестирование, тематические презентации, интерактивные технологии, аудиовизуальная технология, решение задач малыми группами, разыгрывание ролей, дискуссия, решение задач индивидуально с групповым обсуждением.

**Вид аттестации:** зачет (7 семестр)

**Основная литература:**

Кузьменкова, Ю. Б. Английский язык + аудиозаписи в эбс: учебник и практикум для СПО / Кузьменкова Ю. Б. — М., 2015. — 441 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00804-3. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/494C25F9-747F-4017-AF10-6B9CF6E7D9AA](http://www.biblio-online.ru/book/494C25F9-747F-4017-AF10-6B9CF6E7D9AA).

**Автор:** Рекун Анна Сергеевна

**Аннотация по дисциплине**  
**ОГСЭ.04 Физическая культура**  
42.02.01 Реклама

Курс 2,3,4 Семестр 3,4,5,6,7

Количество часов:

всего: 344

практических занятий - 172 час,

самостоятельных занятий - 172 час.

**Цели дисциплины:**

- формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельностью;
- овладение технологиями современных оздоровительных систем физического воспитания, обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций;
- приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности, овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.

**Задачи дисциплины:**

- укрепление здоровья, развитие основных физических качеств и повышение функциональных возможностей организма;
- формирование культуры движений, обогащение двигательного опыта физическими упражнениями с общеразвивающей и оздоровительной направленностью, техническими действиями и приемами базовых видов спорта;
- освоение знаний о физической культуре и спорте, их истории и современном развитии, роли в формировании здорового образа жизни;
- обучение навыкам и умениям в физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельности, самостоятельной

организации занятий физическими упражнениями;

- воспитание положительных качеств личности, соблюдение норм коллективного взаимодействия и сотрудничества в учебной и соревновательной деятельности.

**Место учебной дисциплины в структуре ППСЗ:** учебная дисциплина ОГСЭ.04 Физическая культура входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл ОГСЭ.00. Изучение дисциплины ОГСЭ.04 Физическая культура обеспечивает сохранение и укрепление здоровья обучающихся для освоения дисциплин и модулей профессиональной подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять 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 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного роста развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.
ОК10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Знать	о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни;
Уметь	использовать физкультурно-оздоровительную деятельность при укреплении здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;

### Содержание и структура дисциплины

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
	<b>3 семестр</b>					

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	<b>Раздел 1. Учебно-практические основы формирования физической культуры личности.</b>	<b>344</b>	-	<b>172</b>	-	<b>172</b>
2.	Тема 1.1. Легкая атлетика	44	-	22	-	22
3.	Тема 1.2. Гимнастика	20	-	10	-	10
<b>4 семестр</b>						
4.	<b>Тема 1.3. Спортивные игры</b>	<b>76</b>	-	<b>38</b>	-	<b>38</b>
5.	Баскетбол	28	-	14	-	14
6.	Волейбол	28	-	14	-	14
7.	Футбол	20	-	10	-	10
<b>5 семестр</b>						
8.	Бадминтон	16	-	8	-	8
9.	<b>Тема 1.4. Общая физическая подготовка</b>	<b>48</b>	-	<b>24</b>	-	<b>24</b>
<b>6 семестр</b>						
10.	<b>Тема 1.5. Атлетическая гимнастика</b>	<b>36</b>	-	<b>18</b>	-	<b>18</b>
11.	<b>Тема 1.6. Плавание</b>	<b>40</b>		<b>20</b>		<b>20</b>
<b>7 семестр</b>						
12.	<b>Тема 1.7. Профессионально-прикладная физическая подготовка</b>	<b>64</b>	-	<b>32</b>	-	<b>32</b>
<b>Всего</b>		<b>344</b>	-	<b>172</b>	-	<b>172</b>

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые на занятиях: технология уровневой дифференциации обучения, личностно-ориентированная технология, игровая технология, здоровьесберегающая технология.

**Вид аттестации:** зачёт (3, 4, 5, 6, 7 семестр)

## Основная литература

Физическая культура : учебник и практикум для СПО / А. Б. Муллер [и др.]. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 424 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5345-9. — Режим доступа : [www.biblionline.ru/book/6041627B-EA87-46C8-9E4A-E7891B576F1F](http://www.biblionline.ru/book/6041627B-EA87-46C8-9E4A-E7891B576F1F).

Автор: Криволапова Светлана Васильевна.

**Аннотация по дисциплине**  
**ОГСЭ. 05 Русский язык и культура речи**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 3  
Количество часов 94,  
лекционных – 46 час.  
практических – 18 час.  
самостоятельной работы – 28 час.  
консультации – 2 час.

**Цель освоения дисциплины** – формировать и развивать общекультурные компетенции в области русского языка и культуры речи через овладение нормами русского литературного языка, содействовать становлению мыслящего специалиста-практика.

**Задачи дисциплины:**

1. Формировать у студентов языковую и коммуникативную компетенции.
2. Воспитывать гражданина и патриота; формировать представления о русском языке как духовной, нравственной и культурной ценности народа; содействовать осознанию национального своеобразия русского языка; овладению культурой межнационального общения.
3. Закреплять и углублять знания по фонетике и графике, лексике и фразеологии, грамматике и правописанию, культуре речи.
4. Развивать и совершенствовать способность и готовность к речевому взаимодействию и социальной адаптации; готовность к трудовой деятельности, осознанному выбору профессии, навыков самоорганизации и саморазвития, информационных умений и навыков.
5. Совершенствовать орфографическую и пунктуационную грамотность студентов, а также расширять знания по культуре речи.
6. Освоить знания о русском языке как многофункциональной знаковой системе и общественном явлении, языковой норме и ее разновидностях, нормах речевого поведения в различных сферах общения.
7. Содействовать овладению умениями опознавать, анализировать, классифицировать языковые факты, оценивать их с точки зрения нормативности; различать функциональные разновидности языка и моделировать речевое поведение в соответствии с задачами общения.
8. Закреплять и расширять знания студентов о тексте, функциональных стилях;
9. Применять полученные знания и умения в собственной речевой практике; повышать уровень речевой культуры орфографической и пунктуационной грамотности.
10. Стимулировать развитие речи и культуры мышления студентов на межпредметной основе.

**Место дисциплины в структуре ШССЗ:**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» является дисциплиной общего гуманитарного социально-экономического цикла вариативной части учебного плана. Изучается студентами 2 курса в 3 семестре. Преподавание дисциплины «Русский язык и культура речи» связано с дисциплинами «Русский язык и литература. Русский язык», «Русский язык и литература. Литература», «История», «Основы философии», «Иностранный язык», «Основы социологии и политологии» и предшествует изучению курсов «Социальная психология», «История изобразительного искусства», «Психология в рекламе», «Интернет-реклама», «Профессиональная этика и реклама».

Данный учебный курс имеет профессиональную направленность. Будущий специалист по рекламе должен знать базовые принципы построения устной и письменной форм речи, специфику функциональных стилей и особенности речевого оформления текстов различных жанров, деловой этикет и основы ораторского и полемического искусства; иметь представление о норме современного русского языка и основных типах словарей. Речевая культура рассматривается как обязательный компонент общей культуры человека и непереносимое условие его успешной профессиональной деятельности.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, опыт):**

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК-6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ПК-1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– получать информацию из различных источников, анализировать и обобщать ее;</li> <li>– выражать и аргументированно обосновывать собственную точку зрения;</li> <li>– формулировать и последовательно решать проблемы;</li> <li>– формировать индивидуальные алгоритмы деятельности в достижении поставленных целей;</li> <li>– взаимодействовать в коллективе с коллегами, смежными специалистами, заказчиками проектных работ;</li> <li>– совершенствовать орфографическую, пунктуационную и стилистическую грамотность;</li> <li>– расположить к себе клиентов различных типов.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– роль языка в решении мировоззренческих и методологических проблем;</li> <li>– основные достижения в различных областях культурной практики;</li> <li>– сущность нравственных обязанностей человека по отношению к другим и самому себе;</li> <li>– сущность духовных ценностей и их значения в творчестве и повседневной жизни;</li> <li>– нормы русского литературного языка;</li> <li>– иметь представление о жанровом своеобразии официально-делового стиля;</li> <li>– основные функции рекламы;</li> <li>– виды рекламы;</li> <li>– структуру рекламного объявления.</li> </ul>

#### Содержание и структура дисциплины (модуля, практики)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Структура национального языка	4	2			2	
2	Норма как важнейшая характеристика литературного языка	18	4	6		8	
3	Коммуникативные качества речи	4	2			2	
4	Функциональная дифференциация русского литературного языка	16	4	4		8	
5	Деловое общение	12	8	2			2
6	Ораторская речь	14	8	2		4	
7	Логические и психологические основы полемики	8	4	2		2	
8	Совершенствование навыков устной и письменной речи	10	8	2			
9	Текст как последовательность знаков	6	4			2	

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
10	Речевое манипулирование как вид речевого воздействия: общая характеристика	2	2				
	Всего	94	46	18		28	2

**Курсовые проекты или работы:** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: аудиовизуальная технология, проблемное изложение, лекция с элементами дискуссии и диспута, лекция-дискуссия, разбор решения задач, решение задач малыми группами, игровое задание на моделях, действия по инструкции (алгоритму), презентация реферата, презентация конспекта, презентация эссе, круглый стол, дискуссия.

**Вид аттестации:** экзамен

**Основная литература**

Голубева, А. В. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для СПО / А. В. Голубева ; под ред. А. В. Голубевой. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 386 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03836-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/2707DD9E-A5D4-4047-A4B3-46DE1090B6D6](http://www.biblio-online.ru/book/2707DD9E-A5D4-4047-A4B3-46DE1090B6D6).

**Автор:** Горбань Ирина Владимировна

**Аннотация по дисциплине  
ОГСЭ.06 Социальная психология  
42.02.01 Реклама**

Курс 2 семестр 4  
Количество часов - 48,  
лекции – 18 час.,  
практич. занятия – 20 час.,  
самостоятельная работа - 10 час.

**Цель дисциплины:**

*Цель* - приобретение студентами теоретических знаний и практических умений в области социальной психологии.

**Задачи дисциплины:**

Основными *задачами* дисциплины являются формирование знаний о закономерностях функционирования человека в различных группах; о социально-психологических особенностях различных видов социальных групп, о поведении, необходимого для эффективной профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ППСЗ:**

Дисциплина ОГСЭ.06 Социальная психология входит в профессиональный модуль учебного плана ПП «Профессиональная подготовка», Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл, опирается на предыдущие дисциплины:

«Психология в рекламе» и формирует компетенции для освоения последующих дисциплин: «Профессиональная этика и реклама».

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт)**

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)
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 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- предмет, теоретические и прикладные задачи, основные проблемы и методы социальной психологии;</li> <li>- взаимосвязь общения и деятельности;</li> <li>- цели, функции, виды общения;</li> <li>- виды социальных взаимодействий;</li> <li>приемы и технику убеждающего воздействия на партнера в процессе общения;</li> <li>- психологические основы деловой беседы и деловых переговоров, технологию формирования имиджа делового человека;</li> <li>- психологические характеристики малой группы и положения индивида в группе;</li> <li>- внутригрупповые и межгрупповые отношения</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- владеть культурой профессионального общения;</li> <li>- выбирать оптимальный стиль общения взаимодействия в профессиональной деятельности;</li> <li>- анализировать профессиональные ситуации с позиций участвующих в нем индивидов;</li> <li>- применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;</li> <li>- использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения</li> </ul>

#### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел 1. Теоретико-методологические основы социальной психологии	10	4	6	2
Раздел 2. Социальная психология общения и взаимодействия людей	14	8	6	4
Раздел 3 Психология групп и личности	14	6	8	4
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>38</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>10</b>

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые на занятиях: технология активного обучения, личностно-ориентированная технология обучения, технология проблемного обучения

**Вид аттестации по дисциплине:** *зачет*

**Основная литература**

1. Свенцицкий, А. Л. Социальная психология : учебник и практикум для СПО / А. Л. Свенцицкий. — 2-е изд., перераб. и доп. — М., 2015. — 408 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04438-6. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/FEAD902F-A35C-4977-980F-CED098AD8A0A](http://www.biblio-online.ru/book/FEAD902F-A35C-4977-980F-CED098AD8A0A).

2. Столяренко, Л. Д. Социальная психология : учебное пособие для СПО / Л. Д. Столяренко, В. Е. Столяренко. — 4-е изд., перераб. и доп. — М., 2015. — 219 с. — (Серия: Профессиональное образование). — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/F29FE1AD-6B2F-4D1C-8958-19C0A10ABD50](http://www.biblio-online.ru/book/F29FE1AD-6B2F-4D1C-8958-19C0A10ABD50).

**Автор:** Гринева Марина Николаевна

**Аннотация по дисциплине**  
**ОГСЭ.07 Основы социологии и политологии**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 3

Количество часов:

всего: 84 ч.

лекционных занятий: 44 ч.

практических занятий: 20 ч.

консультаций: 10 ч.

самостоятельной работы: 10 ч.

**Цель дисциплины:**

формирование знаний об основных законах развития и функционирования общества, определяющих место и роль человека в социальных и политических процессах.

**Задачи дисциплины:**

Основными *задачами* дисциплины являются формирование понимания закономерностей развития и функционирования общества, определение места и роли человека в социальных и политических процессах., что необходимо для эффективной профессиональной деятельности.

**Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** учебная дисциплина входит в цикл общих технических дисциплин (ОГСЭ) и является обязательной. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама. Утвержден приказом №510 от 12.05.2014. Профильные дисциплины ПД.03 История и ПД.04 Обществознание (включая экономику и право) являются обязательными для предварительного изучения дисциплины ОГСЭ.07 Основы социологии и политологии. Компетенции, сформированные при изучении дисциплины ОГСЭ.07 Основы социологии и политологии, будут закреплены в процессе освоения общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей.

**Требования к уровню освоения дисциплины:**

Код	Формулировка компетенции
-----	--------------------------

компетенции	
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>-основные категории, понятия, методы, функции социологии-процесс социализации личности, социальные нормы и отклонения;</li> <li>-причины, виды, пути разрешения социальных конфликтов</li> <li>-основные теоретические направления в социологии;</li> <li>-основные социальные институты, основные социальные ценности и нормы общества;</li> <li>-основные социальные общности и их виды</li> <li>-основополагающие понятия о предмете, базовых категориях, методах, функциях политической науки;</li> <li>-теоретические проблемы политической системы, политических институтов государства, гражданского общества, политической жизни и политических процессов общества;</li> <li>-о власти как явлении, политических лидерах, элитах, партиях, общественных движениях, о политической культуре и международных отношениях</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>-характеризовать социальную структуру, стратификацию, социальные институты</li> <li>-понимать сущность социального контроля, усваивать социальные нормы поведения</li> <li>-анализировать современную политическую ситуацию;</li> <li>-сравнивать политические проблемы в разных регионах мира и собственного государства;</li> <li>-различать формы государственного устройства и понимать особенности каждого из них;</li> <li>-ориентироваться в современных социально-политических знаниях;</li> <li>-видеть главные причины обострения социальных, межэтнических конфликтов</li> </ul>

### Содержание и структура дисциплины:

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя- тельная работа	Консуль- тации
			Л	ПЗ	ЛР		

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя- тельная работа	Консуль- тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Основы социологии	37	22	10		5	
2	Основы политологии	37	22	10		5	
	Всего	84	44	20		10	10

**Курсовые проекты(работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:** Лекция с элементами дискуссии, мультимедиа-лекция с элементами дискуссии, проблемная лекция.

**Вид аттестации:** зачет

**Основная литература:**

Куканова, Е. В. Основы социологии и политологии: учебник для СПО / Е. В. Куканова, П. Д. Павленок. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 293 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00983-5. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/A0BFFA33-A2D5-480F-9B02-01AA5DC5EC8D](http://www.biblio-online.ru/book/A0BFFA33-A2D5-480F-9B02-01AA5DC5EC8D).

**Автор:** Хуако Мариет Асфаровна

**Аннотация по дисциплине  
ЕН.01 Математика**

42.02.01 Реклама

Курс 2 Семестр 3

Количество часов:

всего: 74 часа

лекционных занятий – 20 часов

практических занятий – 20 часа

консультаций – 0 часов

самостоятельной работы – 34 часа.

**Цель дисциплины:**

– обучение основным математическим методам, необходимым для анализа и моделирования процессов и явлений при поиске оптимальных решений для осуществления профессиональной деятельности и выбора наилучших способов реализации этих решений, методам обработки и анализа результатов численных и натуральных экспериментов и использование их в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины :**

– изучить на примерах математических понятий и методов действие законов материалистической диалектики, сущность научного подхода, специфику математики и ее роль в осуществлении процессов становления современной экономики;

– изучить роль математического знания в деятельности специалистов, решающих прикладные задачи в предметной области.

**Место дисциплины в структуре ШССЗ:**

Дисциплина входит в математический и общий естественнонаучный учебный цикл учебного плана.

Для ее изучения необходимо усвоение материала дисциплины «Математика». Дисциплина обеспечивает выработку у обучающихся общекультурных компетенций ОК 1–10. Изучение дисциплины «Математика» является базой для последующего изучения дисциплины «Информатика».

**Аннотация по дисциплине**  
**ЕН.02 Экологические основы природопользования**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2 семестр 3  
Количество часов - 74 час.  
лекционных - 32 час.  
практических - 8 час.  
самостоятельной работы - 34 час.

**Цель дисциплины:** формирование представлений о современном состоянии природопользования в мире, о месте России в этом процессе, а также развитие познавательного интереса к экологическим проблемам, правовым вопросам экологической безопасности.

**Задачи дисциплины:**

- ознакомить обучающихся с основами экологии, экологическими факторами, средами жизни, популяциями, биоценозами и экосистемами;
- дать знания о природных ресурсах, их классификации и рациональном природопользовании, об основных загрязнителях природных ресурсов в России и мире и их классификации;
- ознакомить с правовыми, организационными и экономическими вопросами экологической безопасности, экологическим мониторингом;
- показать учащимся взаимосвязь природы и общества.

**Место дисциплины в структуре ППСЗ:**

Естественнонаучная дисциплина ЕН.02 Экологические основы природопользования входит в математический и общий естественнонаучный учебный цикл. Изучение этой дисциплины связано с изучением дисциплин «Экология», «Психология в рекламе».

Компетенции, сформированные в процессе освоения дисциплины (ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 11) будут закреплены при освоении дисциплины «Психология в рекламе» специальности 42.02.01 Реклама.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код компетенции	Формулировка компетенции
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 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 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>• правовые вопросы экологической безопасности;</li> </ul>
Уметь	<p>использовать представление:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• о взаимосвязи организмов и среды обитания;</li> <li>• об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса;</li> <li>• о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды;</li> <li>• об экологических принципах рационального природопользования;</li> </ul>

## Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)	Консультации
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия		
Общая экология, экологические основы природопользования	12	10	2	12	
Проблемы рационального природопользования, Современное состояние окружающей среды России	12	10	2	12	
Глобальные проблемы экологии	10	8	2	7	
Международные, государственные, правовые и социальные аспекты охраны окружающей среды	6	4	2	3	
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>40</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>34</b>	

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: технология активного обучения, технология проблемного обучения, аудиовизуальная технология, лекция-дискуссия

**Вид промежуточной аттестации:** *дифференцированный зачет*

### Основная литература

1. Хван, Т. А. Экологические основы природопользования : учебник для СПО / Хван Т. А., Шинкина М. В. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 319 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00210-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/E72B4D30-375C-4761-91DA-E455E546EDC8](http://www.biblio-online.ru/book/E72B4D30-375C-4761-91DA-E455E546EDC8).

Автор: Егорин Александр Сергеевич

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
ЕН.03 Информатика  
42.02.01 Реклама**

2 курс	4 семестр
всего 90 часов, в том числе:	
лекционных занятий	20 часов
практических занятий	40 часа
самостоятельной работы	30 часов

**Цель дисциплины:**

формирование и развитие у обучающихся общих и профессиональных компетенций, предусмотренных образовательным стандартом специальности. Развитие у обучающихся умений и знаний для использования информационно-коммуникационных технологий, необходимых для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

обобщить и систематизировать знания по информационным и телекоммуникационным технологиям; научить применять пакеты прикладных программ, мультимедийных технологий обработки и представления информации; сформировать базовые навыки использования инструментальных средств информационных технологий

**Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ППССЗ:**

Дисциплина ЕН.03 Информатика относится к математическому и общему естественнонаучному учебному циклу дисциплин. Информатика базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами при изучении дисциплины «Информатика» в курсе основного общего образования и первого года обучения.

Знания и навыки, получаемые обучающимися в результате изучения дисциплины Информатика, необходимы для освоения последующих дисциплин общепрофессиональных, служат основой для изучения профессиональных дисциплин и модулей.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

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 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
уметь:	использовать изученные прикладные программные средства; использовать средства операционных систем и сред для обеспечения работы вычислительной техники;
знать:	применение программных методов планирования и анализа проведенных работ; виды автоматизированных информационных технологий; основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (далее - ЭВМ) и вычислительных систем; основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации

### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час) в том числе консультации
	Всего	Теоретическое обучение	Практические занятия	
<b>Раздел 1 Использование средств ИКТ в профессиональной деятельности</b>				
Тема 1.1. Коммуникационные технологии. Компьютерные сети. Основы безопасной работы на ПК. Защита информации. Профессиональная информационная деятельность человека.	4	2	2	4
Тема 1.2. Сетевые информационные технологии. Интернет. Сетевые сервисы интернета. Информационно – поисковые системы.	6	2	4	4
<b>Раздел 2 Прикладные программные средства</b>				
Тема 2.1 Технология создания и обработки текстовой информации Технология создания и обработки текстовой информации Работа с текстовым редактором MS Word.	12	4	8	4
Тема 2.2. Электронные таблицы. Технология создания и обработки числовой информации. Работа с редактором электронных таблиц MS Excel. Технология автоматизации вычислений	8	4	4	4
Тема 2.3. Представление об организации баз данных и системах управления базами данных. Работа с СУБД MS Access	8	4	4	4
Тема 2.4. Технология создания и обработки графической информации, видео	12	4	8	6

информации. Создания/редактирования видео Windows Movie Maker.				
Тема 2.5. Мультимедийные технологии. Презентационная графика (MS Power Point)	14	4	10	4
Консультации				
Всего по дисциплине	60	20	40	30

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: аудиовизуальная технология, проблемное изложение, здоровьесберегающие технологии; практические занятия - технология личностно-деятельностного обучения, поэтапного формирования умственных действий, технология коллективного взаимодействия, технология проблемного обучения, решение задач индивидуально с групповым обсуждением, инфокоммуникационные технологии, здоровьесберегающие технологии.

**Вид аттестации:** зачёт

Новожилов, О. П. Информатика: учебник для СПО / О. П. Новожилов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 620 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04436-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/E5B0FB9A-1FD6-4753-8B15-CFAAC4983C1E](http://www.biblio-online.ru/book/E5B0FB9A-1FD6-4753-8B15-CFAAC4983C1E).

**Автор:** Грищенко Виктория Игоревна

**Аннотация по дисциплине**  
**ОП.01 Рисунок с основами перспективы**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2,3 Семестр 3,4,5

Количество часов:

всего 358

лекционных занятий - 52 час,

практических занятий - 184 час,

консультации - 30 час,

самостоятельной работы - 92 час.

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся устойчивых умений выполнять рисунки с натуры с использованием разнообразных графических приемов; выполнять линейно-конструктивный рисунок геометрических тел, предметов быта и фигуры человека; выполнять рисунки с использованием методов построения пространства на плоскости.

**Задачи дисциплины:**

- изучить принципы перспективного построения геометрических форм;
- изучить основные законы перспективы и распределения света и тени при изображении предметов, приемы черно-белой графики;
- освоить основные законы изображения предметов, окружающей среды, фигуры человека.

**Место дисциплины в структуре ППССЗ**

Дисциплина «Рисунок с основами перспективы» относится к общепрофессиональному циклу программы подготовки специалистов среднего звена и имеет индекс ОП.01. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Дисциплина «Рисунок с основами перспективы» имеет тесные взаимосвязи с такими дисциплинами как «Живопись с основами цветоведения», «Композиция», «История изобразительного искусства».

Дисциплина «Рисунок с основами перспективы» обеспечивает формирования следующих компетенций специалиста по рекламе, указанных в ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама

**Результаты обучения:**

Код компетенции	Формулировка компетенции
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 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.

Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основные положения теории перспективы;</li> <li>– способы линейного построения объектов;</li> <li>– конструкцию светотени;</li> <li>– профессиональную методику выполнения графической работы;</li> <li>– приемы графической стилизации;</li> <li>– пропорционирование головы, деталей лица, фигуры и ее частей.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– применять теоретические положения рисунка в профессиональной практике;</li> <li>– выполнять линейные построения предметов, интерьера, улицы, фигуры человека;</li> <li>– выполнять тональный рисунок;</li> <li>– выполнять стилизованную графику, выдерживая единство стиля;</li> <li>– применять изображение фигуры в композиции.</li> </ul>

### Содержание и структура дисциплины ОП.01 Рисунок с основами перспективы

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов						Консультации (час)
		Всего	Аудиторная работа				СРС	
			Л	ПЗ	ЛР	КСР		
1	2	3	4	5	6	7	8	
	3 семестр							
1	Основные положения теории перспективы	36	8	18	–	–	10	
2	Изображение геометрических тел	40	10	20	–	–	10	
3	Изображение бытовых предметов	56	12	28	–	–	16	

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов						Консультац ии (час)
		Всего	Аудиторная работа				СРС	
			Л	ПЗ	ЛР	КСР		
	<b>Итого семестр 3</b>	<b>146</b>	<b>30</b>	<b>66</b>	–	–	<b>36</b>	<b>14</b>
	4 семестр							
4	Стилизация и фактура в натурном рисунке	26	2	14	–	–	10	
5	Конструирование и рисование шрифта	34	4	20	–	–	10	
6	Изображение головы	48	4	32	–	–	12	
	<b>Итого семестр 4</b>	<b>116</b>	<b>10</b>	<b>66</b>	–	–	<b>32</b>	<b>8</b>
	5 семестр							
7	Изображение фигуры человека	32	4	20	–	–	8	
8	Изобразительная серия-раскадровка	32	4	20	–	–	8	
9	Совмещение ручной и компьютерной графики	24	4	12	–	–	8	
	<b>Итого семестр 5</b>	<b>96</b>	<b>12</b>	<b>52</b>	–	–	<b>24</b>	<b>8</b>
	<b>Всего</b>	<b>358</b>	<b>52</b>	<b>184</b>	–	–	<b>92</b>	

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Вид аттестации:** экзамен.

**Основная литература:**

Паранюшкин, Р.В. Рисунок фигуры человека [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Р.В. Паранюшкин, Е.Н. Трофимова. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2015. — 104 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/64347>.

**Авторы:** Мартыненко Роман Алексеевич, Потапенко Оксана Викторовна

**Аннотация по дисциплине**  
**ОП.02 Живопись с основами цветоведения**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2,3 Семестр 4,5,6

Количество часов:

всего 326

лекционных занятий - 42 час,

практических занятий - 174 час,

консультации - 22 час,

самостоятельной работы - 68 час.

**Цель дисциплины:** приобретение обучающимися теоретических знаний и практических умений в передаче в двухмерном пространстве плоскости трёхмерный объём.

**Задачи дисциплины:**

- развивать способности цветового мироощущения;
- видеть сложность мира через простые понятия;
- изучить существующие художественные методы в живописи;
- рассмотреть с позиций системного подхода процессов взаимосвязи «рисунок-живопись-композиция».

**Место дисциплины в структуре ИСССЗ**

Дисциплина «Живопись с основами цветоведения» относится к общепрофессиональному циклу программы подготовки специалистов среднего звена и имеет индекс ОП.02. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Дисциплина «Живопись с основами цветоведения» имеет тесные взаимосвязи с такими дисциплинами как «Рисунок с основами перспективы», «История изобразительного искусства».

Дисциплина «Живопись с основами цветоведения» обеспечивает формирования следующих компетенций специалиста по рекламе, указанных в ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама

**Результаты обучения:**

Код компетенции	Формулировка компетенции
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 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.

Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основные положения теории цветоведения;</li> <li>– способы создания цветовой композиции;</li> <li>– особенности работы с разными живописными техниками;</li> <li>– способы создания цветом объема и пространства;</li> <li>– методику использования цвета в живописном этюде фигуры;</li> <li>– возможности живописно-графических стилизаций;</li> <li>– методы создания стилизованных живописных изображений;</li> <li>– художественный язык использования цвета в электронном изображении.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи;</li> <li>– использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике;</li> <li>– правильно использовать живописную технику;</li> <li>– выполнять живописный этюд;</li> <li>– выдерживать живописное состояние этюда;</li> <li>– создавать стилизованные изображения с использованием цвета;</li> <li>– использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений;</li> </ul>

#### Содержание и структура дисциплины ОП.02 Живопись с основами цветоведения

Наименование разделов	Всего	Количество аудиторных часов		Самостоятельная работа студента (час)	Консультации
		Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6
<b>4 семестр</b>	<b>116</b>	<b>20</b>	<b>56</b>	<b>34</b>	<b>6</b>
1. Основные положения теории цветоведения	57	10	36	18	3
2. Цветовая гармония в живописи	59	10	20	16	3
<b>5 семестр</b>	<b>96</b>	<b>12</b>	<b>52</b>	<b>24</b>	<b>8</b>

Наименование разделов	Всего	Количество аудиторных часов		Самостоятельная работа студента (час)	Консультации
		Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия		
3. Композиция в живописи	26	4	12	6	4
4. Освоение живописных техник. Практическое применение теоретических положений	70	8	40	18	4
<b>6 семестр</b>	<b>114</b>	<b>10</b>	<b>66</b>	<b>30</b>	<b>8</b>
5. Техника многослойная живописи и натюрморта	90	4	16	8	4
6. Методы прикладной стилизации в живописно-графических техниках	24	6	50	22	4
<b>ИТОГО</b>	<b>326</b>	<b>42</b>	<b>174</b>	<b>88</b>	<b>22</b>

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Вид аттестации:** экзамен.

**Основная литература:**

Поморов, С.Б. Живопись для дизайнеров и архитекторов. Курс для бакалавров [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.Б. Поморов, С.А. Прохоров, А.В. Шадулин. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2015. — 104 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/64348>.

**Авторы:** Мартыненко Роман Алексеевич, Потапенко Оксана Викторовна

**Аннотация по предмету**  
**ОП.03 История изобразительного искусства**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 3,4  
Количество часов:  
всего: 186  
лекционных занятий - 52  
практических занятий - 70  
консультаций - 20  
самостоятельной работы – 44

**Цель дисциплины:** Целью изучения данной дисциплины является формирование компетенции ОК-2 «Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество» у обучающихся через ознакомление студентов с основными этапами развития изобразительного искусства, рассмотрения закономерных периодов изобразительного искусства и основных этапов исторического развития.

**Задачи дисциплины:** – познание (изучение и осмысление) изобразительного искусства (его основных форм) В результате изучения дисциплины «История изобразительного искусства» обучающейся должен знать: - характерные черты художественных стилей различных исторических эпох; - творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов. Иметь практический опыт (владеть):навыками поиска информации для проведения анализа события, методами анализа, навыками работы с материалами в области изобразительного искусства

**Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ППСЗ:** Дисциплина входит в Общепрофессиональные дисциплины.

Для изучения данной дисциплины необходимо успешное освоение дисциплины ОГСЭ.02 История, в результате чего должны быть сформированы компетенции.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код компетенции	Формулировка компетенции
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



№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
	1. Искусство первобытного общества. История Древнего мира Введение. Виды изобразительного искусства. Первобытное общество. Палеолит.	30	10	12		10	
	2. Античное искусство Искусство Др. Греции. Критомикенская культура Греческая архаика. Классика. Эллинизм. Искусство Др. Рима Искусство ранней и поздней империи.	32	12	10		10	
	3. Искусство Средневековья в Западной Европе Искусство Византии. Романское искусство. Готическое искусство	32	10	10		-	12
	4. Искусство эпохи Возрождения в Европе Проторенессанс. Раннее Возрождение в Италии. Высокое и позднее Возрождение в Италии.	11	4	7		6	
	5. Западноевропейское искусство XVII в. Барокко XVI-XVII вв. Искусство Италии и Испании. Костюм эпохи барокко. Искусство Фландрии и Голландии. Искусство Франции XVIII вв. Рококо.	12	4	7		6	
	6. Искусство Западной Европы первой половины XIX в. Искусство Италии, Франции и Испании.	11	4	8		6	

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
	7. Искусство второй половины XIX века. Искусство Франции Барбизонская школа. Импрессионизм и импрессионисты. Постимпрессионизм Неоимпрессионизм	11	4	8		6	
	8. Стили и направления в искусстве. Абстракционизм. Ташизм. Дадаизм. Попарт. Оп-арт. Сентиментализм. Романтизм. Реализм. Натурализм.	13	4	8		-	8
	Всего	186	52	70		44	20

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: деловая игра, кейс-стади.

**Вид аттестации:** экзамен

**Основная литература**

Агратина, Е. Е. История зарубежного и русского искусства XX века : учебник и практикум для СПО / Агратина Е. Е. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 317 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05785-0. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/CE054C8B-287B-44C6-8529-A58D3D211A22](http://www.biblio-online.ru/book/CE054C8B-287B-44C6-8529-A58D3D211A22).

Автор: Корниенко Е.В.

**Аннотация по дисциплине**  
**ОП.04 Экономика организации**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 4

Количество часов:

всего: 96 час.,

лекционных занятий - 48 час.,

практических занятий - 16 час.,

самостоятельной работы - 34 час.,

консультаций - 0 час.

**Цель дисциплины:** формирование у студентов базовых знаний теоретических основ и практических навыков в области экономики предприятий.

**Задачи дисциплины:**

- функций и целей предприятия как первичного звена национальной экономики;
- современных методов хозяйствования предприятий;
- процессов функционирования предприятий;
- ресурсов и факторов производства, методов оценки эффективности их использования;
- формирования и оценки результатов деятельности предприятий;
- факторов развития предприятия.

**Место дисциплины в структуре ПССЗ:** Учебная дисциплина «Экономика организации» является частью общепрофессионального цикла как общепрофессиональная дисциплина.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)
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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)
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
ОК 12	Проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ПК 3.2.	Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта.

Иметь практический опыт	- расчёта экономической эффективности хозяйственной деятельности организации; - определения эффективности использования имущества фирмы; - определения издержек производства и возможные направления их снижения.
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;
Уметь	- определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; - разрабатывать бизнес-план организации;

#### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося в том числе консультации (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел I. Организация в условиях рынка	10	8	2	8
Раздел II. Материально-техническая база организации	20	16	4	8
Раздел III. Кадры предприятия и оплата труда	10	8	2	8
Раздел IV. Основные технико-	16	12	4	10

экономические показатели деятельности организации				
Раздел V. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия	4	2	2	1
Раздел VI. Внешнеэкономическая деятельность организации (предприятия)	2	2	-	1
Всего по дисциплине	64	48	16	34

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: традиционные технологии, развивающее обучение, проблемное обучение, разбор решения задач, действия по алгоритму, решение ситуативных и производственных задач.

**Вид аттестации:** дифференцированный зачет.

**Основная литература**

Коршунов, В. В. Экономика организации : учебник и практикум для СПО / Коршунов В. В. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство, 2015. — 313 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04630-4.

**Автор:** Барышникова Вера Ильинична

**Аннотация по дисциплине**  
**ОП.05 Безопасность жизнедеятельности**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 4

Количество часов:

всего: 88

лекционных занятий - 20 час.,

практических занятий - 48 час.,

самостоятельной работы - 20 час.,

**Цели дисциплины:**

- освоение основ военной службы и обороны государства, способов защиты населения от оружия массового поражения; мер пожарной безопасности и правил безопасного поведения при пожарах; организации и порядка призыва граждан на военную службу.

- умение проектировать и решать профессиональные задачи, принимать и реализовывать эффективные решения в соответствии с научными закономерностями.

- формирование понимания полученной гражданской специальности «Реклама» как военно-учетной.

**Задачи дисциплины:**

- стимулировать развитие у будущих специалистов в области рекламы культуры мышления, умения анализировать проблемы разного уровня (мировоззренческие, социальные, личностные); овладение способами и технологиями взаимодействия; работой с информацией;

- содействовать овладению будущих специалистов системой теоретических и практических знаний, способствующими выживанию в экстремальной ситуации и обеспечению устойчивости объектов экономики в чрезвычайной ситуации;

- обеспечить формирование профессиональных компетенций через содействие в овладении умениями предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и овладении способами бесконфликтного общения;

- научиться оказывать первую медицинскую помощь и соблюдать правила санитарно-гигиенического режима, охраны труда, техники безопасности и противопожарной безопасности.

**Место дисциплины в структуре ППССЗ:** дисциплине ОП.05 Безопасность жизнедеятельности предшествует изучение дисциплины БД.04 Основы безопасности жизнедеятельности. Дисциплина ОП.05 Безопасность жизнедеятельности относится к общепрофессиональным дисциплинам и является основой для изучения дисциплин (модулей) профессионального цикла по специальности 42.02.01 Реклама.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК-2	Организовывать свою собственную деятельность, определять 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 использовать информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития
ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК-6	Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК - 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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
ПК – 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей
ПК – 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
ПК – 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты
ПК – 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК – 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
ПК – 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы
ПК – 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии
ПК – 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале
ПК – 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка

ПК – 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
ПК – 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей
ПК – 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее
ПК – 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт

Знать	<p>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;</p> <p>основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;</p> <p>основы военной службы и обороны государства;</p> <p>задачи и основные мероприятия гражданской обороны;</p> <p>способы защиты населения от оружия массового поражения;</p> <p>меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;</p> <p>организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;</p> <p>основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;</p> <p>область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы;</p> <p>порядок и правила оказания первой (доврачебной) медицинской помощи</p>
Уметь	<p>организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;</p> <p>предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту:</p> <p>использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;</p> <p>применять первичные средства пожаротушения;</p> <p>ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;</p> <p>применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;</p> <p>владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;</p> <p>оказывать первую медицинскую помощь.</p>

## Структура дисциплины:

### БЖД (военная подготовка)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Раздел 1. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени, организация защиты населения	30	20	-	-	10	-
2	Раздел 2. Основы военной службы	12	-	10	-	2	-
3	Раздел 3. Уставы Вооруженных сил России	8	-	6	-	2	-
4	Раздел 4. Строевая подготовка	5	-	4	-	1	-
5	Раздел 5. Огневая подготовка	11	-	10	-	1	-
6	Раздел 6. Тактическая подготовка.	16	-	14	-	2	-
7	Раздел 7. Военно-патриотическое воспитание	6	-	4	-	2	-
	<b>Всего</b>	<b>88</b>	<b>20</b>	<b>48</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>-</b>

### БЖД (медицинская подготовка)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Раздел 1. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени, организация защиты населения	32	20	-	-	12	-

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
2	<b>Раздел 2. Алгоритм действия спасателей при обнаружении пострадавших</b>	<b>6</b>	-	4	-	2	-
3	<b>Раздел 3. Отравления</b>	<b>12</b>	-	10	-	2	-
4	<b>Раздел 4. Травма</b>	<b>26</b>	-	24	-	2	-
5	<b>Раздел 5. Медицина катастроф</b>	<b>12</b>	-	10	-	2	-
	<b>Всего</b>	<b>88</b>	<b>20</b>	<b>48</b>	-	<b>20</b>	-

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: аудиовизуальная технология, проблемное изложение, лекция с элементами дискуссии и диспута, разбор решения задач, презентация реферата, конспекта, эссе.

**Вид аттестации:** зачёт (4 семестр)

#### **Основная литература**

Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для СПО / С. В. Абрамова [и др.] ; под общ. ред. В. П. Соломина. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 399 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4836-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/B1B70A01-7C2E-4110-A7C9-EC80DBBF7F36](http://www.biblio-online.ru/book/B1B70A01-7C2E-4110-A7C9-EC80DBBF7F36).

**Авторы:** Костенко Гера Александровна, Скибицкая Виктория Ивановна.

**Аннотация по дисциплине  
ОП.06 Композиция  
42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 4

Количество часов:

всего 110

лекционных занятий - 38 час,

практических занятий - 34 час,

самостоятельной работы - 38 час.

**Цель дисциплины:**

Дисциплина «Композиция» предусматривает ознакомление обучающихся с основными законами и понятиями композиции в рекламе.

**Задачи дисциплины:**

Применение навыков практического применения композиционных законов при создании проектов, изделий и объектов рекламного характера, как в графическом дизайне, так и при проектировании сувенирной продукции наружной и внутренней рекламы.

**Место дисциплины в структуре ШССЗ**

Дисциплина «Композиция» относится к общепрофессиональному циклу программы подготовки специалистов среднего звена и имеет индекс ОП.06. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Дисциплина «Композиция» имеет тесные взаимосвязи с такими дисциплинами как «Живопись с основами цветоведения», «Рисунок с основами перспективы» «История изобразительного искусства».

Дисциплина «Композиция» обеспечивает формирования следующих компетенций специалиста по рекламе, указанных в ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама

**Результаты обучения:**

Код компетенции	Формулировка компетенции
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.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии
Знать	<ul style="list-style-type: none"><li>– что изучает и чем занимается дисциплина «Композиция»;</li><li>– в чем заключается взаимосвязь композиции и дизайна;</li><li>– области применения композиции в любом дизайне;</li><li>– теоретические основы визуального дизайна.</li></ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"><li>– применять полученные знания по композиции на практике;</li><li>– в разрабатываемых дизайнерских проектах «программировать» взгляд и эмоции зрителя с помощью художественных средств.</li></ul>

## Содержание и структура дисциплины ОП.06 Композиция

Наименование разделов	Всего часов (макс. учебн. нагрузка)	Объем времени, отведенный на освоение учебной дисциплины				
		Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	
		лекц.	в т.ч. практ. занят.	в т.ч. курсовая раб.	Всего, часов	в т.ч. курсовая раб.
1	2	3	4	5	6	7
Раздел 1. Этапы творческого процесса создания композиции рекламы	8	4	2	–	2	–
Раздел 2. Анализ формообразования в композиции	12	4	4	–	4	–
Раздел 3. Тон как средство гармонизации композиции	12	4	4	–	4	–
Раздел 4. Фактура, рельеф, объем	16	6	4	–	6	–
Раздел 5. Ритмические и метрические композиционные системы. Масштаб композиции	14	4	4	–	6	–
Раздел 6. Цвет в рекламе	20	8	6	–	6	–
Раздел 7. Шрифт как изобразительная система	14	4	6	–	4	–
Раздел 8. Корпоративный стиль	14	4	4	–	6	–
<b>Итого</b>	<b>110</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>–</b>	<b>38</b>	<b>–</b>

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Вид аттестации:** другие формы аттестации.

### Основная литература:

Паранюшкин, Р.В. Композиция. Теория и практика изобразительного искусства: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Р.В. Паранюшкин. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2015. — 100 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91844>

**Авторы:** Мартыненко Роман Алексеевич, Потапенко Оксана Викторовна

**Аннотация по дисциплине  
ОП.07 Психология в рекламе  
42.02.01 Реклама**

Курс 3 Семестр 5

Количество часов:

всего: 96 час

лекционных занятий - 44 час

практических занятий - 20 час,

консультаций – 8 час,

самостоятельной работы – 24 час.

**Цель дисциплины**

Дать студентам представление о фундаментальных теоретических основах психологии рекламы, обеспечивающих возможность решения не только важнейших социально-психологических задач в рекламной деятельности, но и имеющих явный прикладной характер.

**Задачи дисциплины (модуля, практики):**

- 1) выявление особенностей механизма психологического воздействия в рекламе - начиная с этапа привлечения внимания к рекламе и завершая этапом побуждения к действию;
- 2) знакомство с основными методиками усиления психологического воздействия рекламы на потенциального потребителя с целью повышения эффективности рекламного послания;
- 3) осмысление роли рекламы в преодолении сложившихся стереотипов в сфере потребления, ее влияния на сознание и подсознание адресата рекламы с целью активизации потребительского спроса.

**Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ППССЗ:**

ОКСЭ.00 Основы философии; ОГСЭ.02. История; ОГСЭ.03. Психология общения; МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности; МДК.03.01. Маркетинг в рекламе; ОП.01. Рисунок с основами перспективы; ОП.02. Живопись с основами цветоведения; МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта; МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции
1	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
2	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

3	ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
4	ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
5	ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
6	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
7	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
8	ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
9	ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
10	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
11	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
12	ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

Иметь практический опыт	владеть разнообразными психологическими приемами рекламного воздействия, относящимися к разным видам рекламы – печатной, наружной, телевизионной и др.
Знать	теоретические основы психологии самопрезентации и саморекламы, природу потребительской мотивации, виды психологического воздействия в рекламе; знать закономерности восприятия рекламного текста на разных рекламных носителях.
Уметь	оценить эффективность тех или иных приемов рекламирования и целых рекламных кампаний в зависимости от цели воздействия; умение дать экспертную оценку с точки зрения психологической допустимости и морально-этических критериев.

### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа	Консультации
	Всего	Л	ПЗ		
Раздел 1. Общетеоретические основы психологии в рекламе	32	22	10	10	
Тема 1. Рекламная деятельность как явление экономики, психологии и культуры		2	-	-	
Тема 2. Значение психических процессов в формировании рекламных образов		2	1	1	

Тема 3. Психология мотивации в рекламе.		2	1	1	
Тема 4. Психология в политической рекламе.		4	2	2	
Тема 5. Психологические основы имиджа		4	2	2	
Тема 6. Психологические основы социальной рекламы и пропаганды.		4	2	2	
Тема 7. Психологические особенности рекламных средств.		4	2	2	
Раздел 2. Психологические технологии рекламного воздействия.	32	22	10	14	
Тема 8. Психотехнологии в рекламе.		4	2	3	
Тема 9. Социально-психологические механизмы воздействия		4	1	3	
Тема 10. Психология цвета, света и формы в рекламе.		2	1	2	
Тема 11. Фокус-группы как психологический метод научных исследований рекламы		4	4	2	
Тема 12. Психотехнология успешной рекламной презентации		4	1	2	
Тема 13. Психология рекламного текста		4	1	2	
И т.д.					
Всего по дисциплине (в т.ч. 8 часов консультации)	96	44	20	24	8

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:**  
деловая игра, кейс-стади.

**Вид аттестации:** экзамен

**Основная литература**

Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / Виноградова С. М., Мельник Г. С. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 512 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3446-5. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/6CEEC0F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD](http://www.biblio-online.ru/book/6CEEC0F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD).

**Автор:** Одаряева А.Р.

**Аннотация по дисциплине  
ОП.08 Сервисная деятельность  
42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 3

Количество часов:

всего: 72

лекционных занятий - 20

практических занятий - 28

консультаций - 4

самостоятельной работы – 20

**Цель дисциплины:** Целью изучения данной дисциплины является представить студентам в качестве базовых знаний о функциях, направлениях и средствах сервисной деятельности.

**Задачи дисциплины:** В результате изучения дисциплины обучающийся должен

Знать:

1.1 основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики, теорию обслуживания (ОК-6, ОК-8, ПК-8, ПК-10);

1.2 функции менеджмента, формы управления предприятиями индустрии: виды управленческих решений и методы их разработки; основы управления персоналом предприятия (ОК-6, 9, ПК-9, ПК-10, ПК-15);

1.3 теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии (ОК-5, ПК-8, ПК-11);

1.4 технологии и общие закономерности продаж в индустрии (ОК-8, ПК-9,

2. Уметь:

2.1 обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов (ОК-6, ОК-8, ПК-8, ПК-9);

2.2 анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов) (ОК-8, 9, ПК-10, ПК-11, ПК-15);

2.3 оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг деятельности (ОК-6, ПК-9, ПК-11);

3. Владеть:

3.1 навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях индустрии требованиям нормативной документации (ОК-8, 9, ПК-9, ПК-11, ПК-15);

3.2 навыками формирования и продвижения продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей (ОК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-11);

3.3 навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации продукта, мониторинга индустрии (ОК-5, ОК-8, ПК-11, ПК-15);

3.4 специальной экономической терминологией и лексикой данной дисциплины (ОК-5, ОК-9, ПК-15)

### **Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ШССЗ:**

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «PR-технологии», «Интернет-реклама» и, развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе

### **Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код компетенции	Формулировка компетенции
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 и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Иметь практический опыт	навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях индустрии требованиям нормативной документации (ОК-8, 9, ПК-9, ПК-11, ПК-15); навыками формирования и продвижения продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей (ОК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-11); навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе
-------------------------	--

	реализации продукта, мониторинга индустрии (ОК-5, ОК-8, ПК-11, ПК-15); специальной экономической терминологией и лексикой данной дисциплины (ОК-5, ОК-9, ПК-15)
Знать	основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики, теорию обслуживания (ОК-6, ОК-8, ПК-8, ПК-10); функции менеджмента, формы управления предприятиями индустрии: виды управленческих решений и методы их разработки; основы управления персоналом предприятия (ОК-6, 9, ПК-9, ПК-10, ПК-15); теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии (ОК-5, ПК-8, ПК-11); технологии и общие закономерности продаж в индустрии (ОК-8, ПК-9, 15)
Уметь	обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов (ОК-6, ОК-8, ПК-8, ПК-9); анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов) (ОК-8, 9, ПК-10, ПК-11, ПК-15); оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг деятельности (ОК-6, ПК-9, ПК-11);

### Содержание и структура дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	38	10	14	-	10	2
2	Раздел 2. Организация сервисной деятельности	34	10	14	-	10	2
	Всего	72	20	28	-	20	4

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод

развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция- дискуссия.

**Вид аттестации:** экзамен

### **Основная литература**

1. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 185 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-00107-5. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/86C4968F-19F1-487A-A836-D3B559440551](http://www.biblio-online.ru/book/86C4968F-19F1-487A-A836-D3B559440551).

Автор: Приходько А.В.

**Аннотация по дисциплине  
ОП.09 Реклама в СМИ  
42.02.01 Реклама**

3 курс          5 семестр  
Количество часов:  
всего: 48 часов  
лекционных занятий-20 час.  
практические занятия-12 час.  
самостоятельные занятия-12 час.  
Консультации -4 час.

**Цель дисциплины (модуля, практики):** Изучение одной из форм массовых коммуникаций, обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю; • изучение функций, видов, средств рекламы, рекламного менеджмента в условиях формирования и развития рынка в России применительно к рекламе в средствах массовой информации; • овладение знаниями специфики работы публичных релейшнз в редакционном коллективе знакомство будущих журналистов с азами имиджологии – историей имиджа, технологиями его построения, разновидностями имиджа, его спецификой в различных сферах деятельности и другими гранями существования этого универсального феномена культуры; • формирование у студентов систематических знаний о специфике предмета «Реклама в СМИ».

**Задача дисциплины (модуля, практики):** является овладение студентами соответствующими общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, показывающими готовность и способность выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности в области журналистики

**Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ШССЗ:**

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «PR-технологии», «Интернет-реклама» и «Сервисная деятельность», развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции
2.	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.



№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	Основы рекламы в СМИ	24	10	6		6	2
2.	Особенности рекламы в СМИ	24	10	6		6	2
	Всего	48	20	12		12	4

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция-дискуссия.

**Вид аттестации:** зачёт

**Основная литература**

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>. — Загл. с экрана.

Автор: Немец Г.Н., к.ф.н., доцент

**Аннотация дисциплины  
ОП.10 PR-технологии  
42.02.01 Реклама**

Курс4            Семестр7  
всего 96часов, в том числе:  
лекционные занятия 48час.  
практических занятий 16 час.  
самостоятельные занятия-26 час.  
Консультации- 6 час.

**Цель дисциплины (модуля, практики):** сформировать у студентов специальности теоретические представления о сущности общественной коммуникации; дать представление о ее основных элементах и средствах, основных моделях коммуникаций, привить практические навыки отношений с государством и местной общественностью, по направлению подготовки 42.02.01 Реклама посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС ВО, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

**Задачи дисциплины (модуля, практики):** 1) исследование специфики связей с общественностью (далее – СО) в различных предметных областях;  
2) изучение основ построения и функционирования системы управления общественными отношениями;  
3) изучение сферы влияния и комплексного эффекта управления общественными отношениями, как элемента комплекса маркетинговых коммуникаций;  
4) анализ СО как сферы бизнеса и направления государственного регулирования общественных отношений;  
5) формирование знаний, умений и навыков планирования и программирования пиар- компаний. – освоение навыков ориентации в системе законодательства и правового обеспечения системы управления общественными отношениями.

**Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ШССЗ:**

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «Реклама в СМИ», «Интернет-реклама» и «Сервисная деятельность», развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции

1.	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
2.	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
3.	ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
4.	ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
5.	ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
6.	ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
7.	ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
8.	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
9.	ПК.1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
10.	ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
11.	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
12.	ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
13.	ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
14.	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
15.	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Иметь практический опыт	правового и юридического сопровождения рекламного проекта. реализации стратегий продвижения рекламного продукта составления и оформления рекламных объявлений создания авторских рекламных проектов
Знать	специфику определения и разработки стратегий и средств продвижения рекламного продукта; специфику обеспечения правового и юридического сопровождения рекламного проекта; специфику создания визуальных образов с реальными функциями; специфику составления и оформления рекламных объявлений; специфику разработки авторских рекламных проектов; специфику поиска рекламных идей
Уметь	обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта; реализовывать стратегии продвижения рекламного продукта; создавать визуальные образы с рекламными функциями; составлять и оформлять рекламные объявления;

	создавать авторских рекламных проектов; осуществлять поиск рекламных идей;
--	---

### Содержание и структура дисциплины (модуля, практики)

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	PR в системе маркетинговых коммуникаций	15	8	2		4	1
2	Управление информацией в СМИ	17	10	2		4	1
3	Формы подачи информационных материалов	21	10	4		6	1
4	Организация взаимодействия со СМИ	21	10	4		6	1
5	Комплексные направления деятельности PR	22	10	4		6	2
	Всего	96	48	16		26	6

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция-дискуссия.

**Вид итоговой аттестации:** зачет

#### Основная литература

Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>. — Загл. с экрана.

Автор: Немец Г.Н., к.ф.н., доцент

**Аннотация по дисциплине**  
**ОП.11 Телевизионная реклама**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 4 Семестр 7

Количество часов:

всего: 96 часов

лекции 48 часов

практических занятий – 16 час

консультаций - 6 час,

самостоятельной работы – 26 час.

**Цель дисциплины:** формирование представления о специфике рекламной информации на телевидении.

**Задачи дисциплины:**

Освоение полного цикла производства и трансляции рекламного продукта на телевидении.

Владение приемами создания телевизионной рекламы

Формирование знаний об истории телевизионной рекламы

**Место дисциплины (модуля, практики) в структуре ППССЗ:** ОКСЭ.00 Основы философии; ОГСЭ.02. История; ОГСЭ.03. Психология общения; МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности; МДК.03.01. Маркетинг в рекламе; ОП.01. Рисунок с основами перспективы; ОП.02. Живопись с основами цветоведения; МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта; МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта, МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции
1	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
2	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
3	ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
4	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
5	ПК.1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
6	ПК 1.2	Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
7	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
8	ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
9	ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

10	ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
11	ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
12	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
13	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
14	ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

Иметь практический опыт	владеть навыками научного исследования (теоретического и эмпирического) в целях грамотной подготовки домашних заданий
Знать	основы рекламной деятельности на телевидении (содержательный, правовой, экономический и психологический аспекты);
Уметь	: работать с рекламой на телевидении в рамках основных видов деятельности: авторская, редакторская, организационно-управленческая; производственно-технологическая.

#### Содержание и структура дисциплины (модуля, практики)

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа	Консультации
	Всего	ЛЗ	ПЗ		
Раздел 1. Теоретические основы телевизионной рекламы.	22	18	4	5	
Тема 1. Общая характеристика ТВ-рекламы		4	1	1	
Тема 2. Телевизионная индустрия		4	-	1	
Тема 3. Правовое регулирование ТВ-рекламы		4	1	2	
Тема 4. Специфика размещения рекламы на ТВ		6	2	1	
Раздел 2. Практические аспекты телевизионной рекламы	26	20	7	14	
Тема 5. Политическая ТВ-реклама.		4	1	4	
Тема 6. Социальная ТВ-реклама и		5	1	4	

пропаганда					
Тема 7. Манипулятивные технологии ТВ-рекламы		5	2	3	
Тема 8. Создание рекламного ролика		6	3	3	
Раздел 3. История телевидения и телевизионной рекламы	16	10	5	7	
Тема 9. История появления телевидения		2	-	2	
Тема 10. История телевизионной рекламы в России		4	2	3	
Тема 11. Шедевры ТВ-рекламы		4	3	3	
И т.д.					
Всего по дисциплине (в том числе консультации 6 час)	96	48	16	26	8

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: кейс-стади, дискуссия.

**Вид аттестации:** зачёт

**Основная литература**

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33](http://www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33)

**Автор:** Лагута А.В.

**Аннотация дисциплины  
ОП.12 Реклама на радио  
42.02.01 Реклама**

**Объем трудоемкости:** 72 часов,  
лекционных 32 час.,  
практических 16 час.,  
консультации 4 час,  
самостоятельной работы 20 часов

**Цель дисциплины:** сформировать знания и практические умения по вопросам создания современной радиорекламы, дать представление о специфике воздействия радио- и телевизионной рекламы на целевую аудиторию у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.02.01 Реклама посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС СПО, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

**Задачи дисциплины:**

- 1) выявить особенности производства радиорекламы;
- 2) рассмотреть специфику воздействия радиорекламы на целевую аудиторию;
- 3) изучить манипулятивные технологии радиорекламы.

**Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «Реклама в СМИ», «Интернет-реклама» и «Политическая реклама», развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе.

**Требования к уровню освоения дисциплины**

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции
1	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
2	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
3	ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
4	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в

		профессиональной деятельности.
5	ПК.1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
6	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
7	ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
8	ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
9	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
10	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
11	ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1.	<b>ОК-5</b>	Использование информационно-коммуникационных технологий для совершенствования профессиональной деятельности	Знать специфику работы с информацией в рамках профессиональной деятельности специалиста по рекламе, особенности использования информационно-коммуникационных технологий в продвижении рекламных проектов на радио	Уметь работать с актуальной информацией в рамках профессиональной деятельности специалиста по рекламе, использовать информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач в сфере рекламы на радио	Владеть принципами и навыками работы с актуальной информацией и использования информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач в сфере рекламы, навыками создания авторских рекламных проектов на радио
2.	<b>ПК-3.2</b>	Разработка средств продвижения рекламного продукта			
3.	<b>ПК-4.5</b>	Реализация технологии продвижения рекламного продукта			

### Основные разделы дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Тема 1. Цели и задачи радиорекламной деятельности	8	6	2	2
Тема 2. Субъекты радиорекламной деятельности	8	6	2	2
Тема 3. Требования к рекламе на радио.	10	6	4	2

Тема 4 Классификация средств радиорекламы.	10	6	4	2
Тема 5 Оценка эффективности рекламы на радио.	12	8	4	2
Всего по дисциплине	48	32	16	20

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция- дискуссия.

**Вид итоговой аттестации:** зачет

**Основная литература**

1. Познин, В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Ф. Познин. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 362 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). —Электронный ресурс. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/7C22D360-4A52-4680-86EB-A5AED537D649](http://www.biblio-online.ru/book/7C22D360-4A52-4680-86EB-A5AED537D649).

Автор: Немец Г.Н., к.ф.н., доцент

**Аннотация по дисциплине  
ОП.13 Интернет-реклама  
42.02.01 Реклама**

Курс 3 Семестр 6

Количество часов:

Всего: 58 часов

Лекции – 20 часов

практических занятий – 18 часов,

консультации не предусмотрены,

самостоятельной работы – 20 часов.

**Цель дисциплины:** сформировать представление обучающихся об основах функционирования интернет-рекламы.

**Задачи дисциплины:**

Изучение видов и особенностей интернет-рекламы.

Освоение основ SMM-продвижения

Формирование навыков проведения рекламной кампании в Сети.

**Место дисциплины в структуре ППССЗ:** ОКСЭ.00 Основы философии; ОГСЭ.02. История; МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта; МДК.01.02. Разработка творческой концепция рекламного продукта; МДК.03.01. Маркетинг в рекламе; МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности; МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции
1	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
2	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
3	ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
4	ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
5	ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
6	ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

7	ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
8	ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
9	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
10	ПК.1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
11	ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
12	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
13	ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
14	ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
15	ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
16	ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
17	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
18	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
19	ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

Иметь практический опыт	коллективной работы; навыки индивидуальной работы; навыки выбора методов и способов выполнения задания; навыки поиска информации с помощью новейших технологий; навыки принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях.
Знать	основы интернет-маркетинга, организационную характеристику и основные компоненты Интернета; состав и структуру пользователей интернета; механизмы работы и основные характеристики поисковых систем; виды интернет-рекламы, их функции и модели оплаты; понятие таргетинга; основы медиапланирования интернет кампаний; принципы SMM-продвижения; основы электронной коммерции.
Уметь	организовывать рекламные кампании в сети интернет; организовывать рекламные кампании с помощью SMM-продвижения; оценивать эффективность проведенных рекламных кампаний в сети интернет.

### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел I Теоретические основы интернет-рекламы	10	6	4	4
Тема 1. Интернет реклама и её особенности	3	2	1	1

Тема 2. Виды интернет-рекламы	4	2	2	2
Тема 3. Интернет-реклама в России	3	2	1	1
Раздел II Практические аспекты интернет рекламы	28	14	14	16
Тема 4. Интернет-аудитория: статистика и современные тенденции	2	1	1	1
Тема 5. SMM-продвижение	11	5	6	6
Тема 6. Развитие электронной торговли и рекламы в Интернете	3	2	1	2
Тема 7. Вирусный маркетинг	5	2	3	3
Тема 8. Медиапланирование интернет-кампаний	4	2	2	2
Тема 9. Основы SEO-продвижения	3	2	1	2
Всего по дисциплине	58	20	18	20

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: круглый стол, интерактивное обучение.

**Вид аттестации:** зачёт

**Основная литература:** Сторожева, Е.В. Интернет-маркетинг и реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е.В. Сторожева, А.Н. Старков. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 64 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/104929>.

**Автор:** Немец Г.Н., к.ф.н., доцент

**Аннотация по дисциплине  
ОП.14 Политическая реклама  
42.02.01 Реклама**

Курс 3 Семестр 6

Количество часов:

всего: 58

лекционных занятий - 20

практических занятий - 18

консультаций - 0

самостоятельной работы – 20

**Цель дисциплины:** сформировать систему знаний и практических умений по вопросам политической рекламы, развития и продвижения политических инициатив с использованием возможностей традиционных и новых медиа у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.02.01 Реклама посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС СПО, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

**Задачи дисциплины:** В результате изучения дисциплины обучающийся должен

- 1) сформировать у студентов знание основных требований к рекламному продукту в сфере политических коммуникаций;
- 2) ознакомить с ключевыми понятиями, категориями, методами политической рекламы и политического маркетинга;
- 3) познакомить с зарубежным и отечественным опытом применения рекламных технологий в сфере реальной политики;
- 4) развить навыки студентов, связанные с политической рекламой;
- 5) сформировать навыки работы в политической команде или политическом PR-проекте.

**Место дисциплины в структуре ППССЗ:**

Дисциплина входит в Профессиональный цикл (Общепрофессиональные дисциплины) и обнаруживает межпредметные связи с дисциплинами «Реклама в СМИ», «Реклама на радио» и «Интернет-реклама», развивающими коммуникативные технологии в профессиональной сфере специалиста по рекламе.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код компетенции	Формулировка компетенции
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 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

Иметь практический опыт	Владеть принципами и навыками работы с актуальной информацией и использования информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач в сфере рекламы, навыками создания авторских рекламных проектов в политических коммуникациях
Знать	Знать специфику работы с информацией в рамках профессиональной деятельности специалиста по рекламе, особенности использования информационно-коммуникационных технологий в продвижении рекламных проектов в политических коммуникациях
Уметь	Уметь работать с актуальной информацией в рамках профессиональной деятельности специалиста по рекламе, использовать информационно-коммуникационные технологии для

## Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Тема 1. Основы Политической рекламы.	4	2	2	2
Тема 2. Политические коммуникации	4	2	2	2
Тема 3. Понятие и структура политических рынков.	4	2	2	2
Тема 4. Организация рекламной деятельности и виды рекламы в политических коммуникациях	4	2	2	2
Тема 5. Политическая реклама и электоральное поведение	6	4	2	4
Тема 6. Политическая реклама в предвыборный период	8	4	4	4
Тема 7. Рекламные технологии в политических коммуникациях	8	4	4	4
Всего по дисциплине	38	20	18	20

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция-дискуссия.

**Вид аттестации:** зачет

### Основная литература

Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754>

Автор: И.Ю.Доронина

**Аннотация по дисциплине**  
**ОП.15 Профессиональная этика и реклама**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 4 Семестр 7

Количество часов:

Всего: 96 часов

лекционных занятий – 32 часа

практических занятий – 32 часа,

консультаций – 6 часов,

самостоятельной работы – 26 часов.

**Цель дисциплины:** сформировать представление обучающихся об основах этического регулирования рекламы.

**Задачи дисциплины**

1. Изучение этического и правового регулирования рекламной деятельности, при этом учесть практические аспекты.
2. Формирование навыков проведения этической экспертизы рекламы
3. Освоение норм и правил этики деловых отношений

**Место дисциплины в структуре ПССЗ:** ОКСЭ.00 Основы философии; ОГСЭ.02. История; ОГСЭ.03. Психология общения; МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности; МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности  
**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

№ п.п	Индекс ком-ции	Содержание компетенции
1	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
2	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
3	ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
4	ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
5	ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
6	ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
7	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
8	ОК-11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

9	ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
10	ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
11	ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
12	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
13	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
14	ПК 3.3	Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.
15	ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
16	ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

Иметь практический опыт	проведения этической экспертизы рекламы, разрешения конфликтов в сфере деловых отношений с помощью этических норм, составления этического портрета руководителя.
Знать	основы этического и правового регулирования рекламной деятельности, правила и нормы этики деловых отношений, практические аспекты этического регулирования различных форм рекламы.
Уметь	разбираться в нормах этического законодательства в сфере рекламы, сфере деловых отношений.

### Содержание и структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел 1. Теоретические основы этики рекламы		9	7	6
Тема 1. Этика рекламы: общее понятие		2	-	-
Тема 2. Регулирование деятельности профессиональных групп		2	1	3
Тема 3. Этическое регулирование рекламы		5	6	3
Раздел 2. Практические аспекты этики рекламной деятельности		11	12	10
Тема 4. Этика и коммерческая реклама		4	4	4
Тема 5. Этика и политическая реклама		3	4	3
Тема 6. Этика и социальная реклама		4	4	3
Раздел 3. Этика деловых отношений		12	13	10
Тема 7. Профессиональная этика		3	-	3
Тема 8. Этика делового общения		3	4	3
Тема 9. Этика деятельности		3	3	2

организации				
Тема 10. Этика деятельности руководителя		3	6	2
И т.д.				
Всего по дисциплине В т.ч. консультации (6 ч)	96	32	32	26

**Курсовые проекты (работы):** не предусмотрены

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях:  
круглый стол, дискуссия

**Вид аттестации:** зачёт

**Основная литература**

Карпов, А. В. Этика и психология профессиональной деятельности : учебник для СПО / Карпов А. В. ; под ред. А. В. Карпова — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 570 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04457-7. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/918A5429-1217-4C6E-BA4A-A68F276AD8A2..](http://www.biblio-online.ru/book/918A5429-1217-4C6E-BA4A-A68F276AD8A2..)

**Автор:** Немец Г.Н., к.ф.н., доцент

**Аннотация по профессиональному модулю  
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции  
42.02.01 Реклама**

Курс 3, 4 Семестр 6, 7

Количество часов:

всего: 621 час

обязательная аудиторная учебная 228 час,

производственная практика - 275 час,

консультаций – 18 час,

самостоятельной работы – 100 час.

**Цель модуля:** Целью данного модуля является в части освоения основного вида профессиональной деятельности **Разработка и создание дизайна рекламной продукции**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями

**Задачи модуля:** В результате обучающейся должен Иметь практический опыт выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; 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. 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;

**Место модуля в структуре ПССЗ:**

Примерная программа профессионального модуля является частью примерной основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **420201 Реклама** (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код	Наименование результата обучения
1	2
ОК1	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 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.

Иметь практический опыт	выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
Знать	выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.

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;
-------	---

### Содержание и структура модуля

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	146	32	32		40 + (курсовая 32)	10
2	Раздел 2. МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	200	38	76		60 (курсовая 18)	8
3	Производственная практика ПП.01.01	275					25
	Всего	621	70	108		100	43

**Курсовые проекты (работы):** 50 (32+18) часов

**Вид аттестации:** экзамен квалификационный

#### Основная литература

- Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta>
- Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. <https://biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33/osnovy-reklamy>

Автор: Поталенко О.В., Немец Г.Н., Мартыненко Р.А.

**Аннотация по профессиональному модулю  
ПМ.02 Производство рекламной продукции  
42.02.01 Реклама**

Курс 3, 4 Семестр 6, 7, 8

Количество часов:

всего: 1287 час

обязательная аудиторная учебная 654 час,

производственная практика - 315 час,

консультаций – 48 час,

самостоятельной работы – 270 час.

**Цель модуля:** Целью данного модуля является в части освоения основного вида профессиональной деятельности **Производство рекламной продукции** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

**Задачи модуля:** В результате обучающейся 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 учётом выбранной технологии;

- Подготовка к производству рекламного продукта;

- Производство рекламного продукта с учётом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

**Знать:** - Осуществлять фотосъёмку для производства рекламного продукта;

- Осуществлять видеосъёмку для производства рекламного продукта;

- Использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

- Разрабатывать сценарии для съёмок 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.

**Уметь:** - Технику, технологии и технические средства фотосъёмки в рекламе;

- Технику, технологии и технические средства видеосъёмки в рекламе;

- Технику 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.

### Место модуля в структуре ШССЗ:

Примерная программа профессионального модуля является частью примерной основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **420201 Реклама** (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности.

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код	Наименование результата обучения
1	2
ОК1	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.
--------	---

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</li> <li>- Построения модели (макета, сценария) объекта с учётом выбранной технологии;</li> <li>- Подготовка к производству рекламного продукта;</li> <li>- Производство рекламного продукта с учётом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Осуществлять фотосъёмку для производства рекламного продукта;</li> <li>- Осуществлять видеосъёмку для производства рекламного продукта;</li> <li>- Использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</li> <li>- Разрабатывать сценарии для съёмок и монтажа рекламы;</li> <li>- Использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li> <li>- Использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Технику, технологии и технические средства фотосъёмки в рекламе;</li> <li>- Технику, технологии и технические средства видеосъёмки в рекламе;</li> <li>- Технику и программные средства для создания печатного рекламного продукта;</li> <li>- Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li> <li>- Технологию создания Интернет-рекламы;</li> <li>- Аппаратное и программное обеспечение.</li> </ul>

### Содержание и структура модуля

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	120	16	64		32	8
2	Раздел 2. МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	138	32	64		32	10
3	Раздел 3. МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	314	70	140		92	12
4	Раздел 4. МДК.04.02 Техника и технологии рекламного видео	314	70	140		88	16
5	Раздел 5. МДК.05.02 Рекламный текст	86	40	18		26	2
6	Производственная практика ПП.02.01	315				288	27

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
	Всего	1287					

**Курсовые проекты (работы):** Не предусмотрены

**Вид аттестации:** экзамен квалификационный

### Основная литература

1. Компьютерная графика : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; сост-ль М.С. Мелихова, Р.В. Герасимов. - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 93 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458014>

2. Кудрец, Д.А. Фотооборудование : учебное пособие / Д.А. Кудрец. - Минск : РИПО, 2015. - 287 с. : ил. - Библиогр.: с. 280. - ISBN 978-985-503-655-6 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463627>

3. Макарова, Т.В. Компьютерные технологии в сфере визуальных коммуникаций: работа с растровой графикой в Adobe Photoshop : учебное пособие / Т.В. Макарова ; Минобрнауки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет». - Омск : Издательство ОмГТУ, 2015. - 240 с. : ил. - Библиогр.: с. 231. - ISBN 978-5-8149-2115-4 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443143>

Автор: Шувалов С.С., Иваненко О.П., Мартыненко Р.А.

**Аннотация программы профессионального модуля  
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации  
рекламного продукта  
42.02.01 Реклама**

Курс 3 Семестры 5,6

Количество часов:

всего: 222

лекционных занятий - 66 часов,

практических занятий – 30 часов,

производственной практики - 78 часов,

консультаций - 6 часов,

самостоятельной работы – 42 часа.

**Цель модуля:** формирование у студентов представления о маркетинговом и правовом обеспечении рекламного продукта, а также создание теоретической базы и практических навыков реализации рекламного продукта

**Задачи модуля:** С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен: выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана;

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

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

**Место модуля в структуре ПССЗ:**

Данный модуль входит в укрупненную группу дисциплин рабочего учебного плана – «Профессиональные модули» (ПМ), в пределах которой связан с такими профессиональными модулями, как Разработка и создание дизайна рекламной продукции (ПМ.01), Производство рекламной продукции (ПМ.02), Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (ПМ.04) и Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (ПМ.05) в основных вопросах разработки и продвижения рекламных продуктов на целевых рынках.

Примерная программа профессионального модуля – является частью примерной основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **420201 Реклама** (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

**Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК1	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 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Иметь практический опыт	выявлять требования целевых групп потребителей; разрабатывать средства продвижения рекламного продукта; разрабатывать маркетинговую часть бизнес-плана;
Знать	задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка
Уметь	проводить исследования предпочтений целевых групп; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного

**Содержание и структура модуля**

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консул-ь-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	48	22	10		14	2
2	Раздел 2. МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	96	44	20		28	4
3	Производственная практика ПП.03.01	78					
	Всего	222	66	30		42	6

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция-дискуссия.

**Вид итоговой аттестации:** экзамен квалификационный

**Основная литература**

1. Бошно, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник для СПО / С. В. Бошно. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 533 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5354-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9](http://www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9).
2. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; ред. И.М. Синяевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : табл., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>

Авторы: Немец Г.Н., Мартыненко Р.А.

**Аннотация по профессиональному модулю  
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления  
рекламного продукта  
42.02.01 Реклама**

Курс 2, 3 Семестр 4, 6

Количество часов:

всего: 196 час

обязательная аудиторная учебная 76 час,

производственная практика - 82 час,

консультаций – 4 час,

самостоятельной работы – 34 час.

**Цель модуля:** Целью данного модуля является в части освоения основного вида профессиональной деятельности **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

**Задачи модуля:** В результате обучающийся должен

Иметь практический опыт: навыками планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации 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.

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.

**Место модуля в структуре ШССЗ:**

Примерная программа профессионального модуля является частью примерной основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **420201**

**Реклама (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности.**

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код	Наименование результата обучения
1	2
ОК1	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.

Иметь практический опыт	навыками планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации 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.
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.

### Содержание и структура модуля

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	114	38	38		34	4
2	Производственная практика ПП.04.01	82	-	-		-	8
	Всего	196					

**Курсовые проекты (работы):** Не предусмотрены

**Вид аттестации:** экзамен квалификационный

### Основная литература

#### Основная литература

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / Карпова С. В. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7](http://www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7).

2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для СПО / Коротков Э. М. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 640 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593](http://www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593).

Автор: Немец Г.Н., Потапенко О.В., Мартыненко Р.А.

**Аннотация по профессиональному модулю  
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям  
рабочих, должностям служащих  
42.02.01 Реклама**

Курс 2 Семестр 4

Количество часов:

всего: 242

лекционных занятий - 20 часов,

практических занятий – 38 часов,

учебной практики - 156 часов,

консультаций - 12 часов,

самостоятельной работы – 16 часов.

**Цель модуля:** формирование у студентов представления о производстве рекламного продукта, а также создание теоретической базы и практических навыков разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных обращений с их вербальными и визуальными составляющими и их художественного воплощения.

**Задачи модуля:** С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт подготовки рекламных продуктов, включая их распространение;  
разрабатывать различные проекты рекламных продуктов с последующим представлением их в материале;  
знать специфику подготовки выпуска и производства рекламной продукции под контролем руководства организации-заказчика

**Место модуля в структуре ПССЗ:**

Данный модуль входит в укрупненную группу дисциплин рабочего учебного плана – «Профессиональные модули» (ПМ), в пределах которой связан с такими профессиональными модулями, как Разработка и создание дизайна рекламной продукции (ПМ.01), Производство рекламной продукции (ПМ.02), Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (ПМ.03) и Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (ПМ.04) в основных вопросах разработки и продвижения рекламных продуктов на целевых рынках.

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **маркетингового и правового обеспечения реализации рекламного продукта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК.5.1	Выполнять обязанности рекламного агента
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

Иметь практический опыт	Выполнять обязанности Агента рекламного
Знать	<p>нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся торговой деятельности;</p> <p>законодательство о рекламе;</p> <p>виды рекламы и основы организации рекламной деятельности;</p> <p>перспективы развития отрасли, предприятия, учреждения, организации, производящих рекламируемую продукцию и оказывающих услуги;</p> <p>требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам;</p> <p>основы организации связи со средствами массовой информации, приемы и методы делового общения и ведения переговоров;</p> <p>правила внутреннего трудового распорядка.</p>
Уметь	<p>Осуществлять в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, выполнению комплекса мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач.</p> <p>Заключать договоры или соглашения между доверителем и посредником, определяющие характер и объем работ, которые необходимо выполнить за счет и от имени доверителя, а также их оплату по действующим тарифам или условиям договора (соглашения).</p> <p>Информировать потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, раскрывая (не присущие другим) их специфические особенности, о практическом использовании объекта рекламы.</p>

## Содержание и структура модуля

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консультации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. МДК.05.01 Реализация рекламного заказа	90	20	42		16	12
2	Раздел 2. Учебная практика УП.05.01	156	-	-		-	10
	Всего	242					

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: проблемная лекция, лекция-визуализация, разбор конкретных ситуаций, метод развивающейся кооперации для решения творческих задач, визуализация ключевых понятий курса, лекция-консультация, лекция-дискуссия.

**Вид итоговой аттестации:** экзамен квалификационный

### Основная литература

1. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2015. — 224 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97268>. — Загл. с экрана
2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>

Авторы: Потапенко О.В., преп., Немец Г.Н., к.ф.н., доцент

### Аннотация по практике УП. Учебная практика 42.02.01 Реклама

Курс 2 Семестр 4

Количество часов: 156 ч.

Учебной практики – 144 ч.

Консультации 12 ч.

Реализация программы учебной практики по профилю специальности 42.02.01 Реклама предполагает освоение обучающимися профессиональных модулей в условиях соответствующей образовательной среды в образовательной организации или в рекламных агентствах, в подразделениях маркетинга и рекламы различных организаций, предприятий (полного цикла) г. Краснодара и Краснодарского края, при наличии договоров образовательного учреждения с базовыми предприятиями.

#### Цель

Учебной практика направлена на формирование у обучающихся и закрепление общих и основных профессиональных компетенций проектной деятельности; освоение современных производственных процессов; выполнение должностных обязанностей рекламного агента; адаптации к конкретным условиям профессиональной деятельности организаций (различных организационно-правовых форм).

#### Задачи

Поставленная цель достигается в результате

- знакомства с работой предприятия; приобретением навыков профессиональной и организационной деятельности на рабочем месте; участием в решении практических задач предприятия; умением планировать собственную работу индивидуально и работу в составе коллектива исполнителей; иметь практический опыт в создании, разработке, производстве и реализации рекламной продукции.

- освоения видов профессиональной деятельности, выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих систематизация, обобщение, закрепление и углубление знаний и умений, формирование у студентов общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей, предусмотренных образовательным стандартом по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

#### Место дисциплины в структуре ППСЗ

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) и реализуется в рамках профессиональных модулей:

#### Требования к уровню освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**ПМ.05** Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (рекламный агент).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен  
*иметь практический опыт:*

– выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

**уметь:**

– выполнять должностные обязанности рекламного агента.

**знать:**

– должностные обязанности рекламного агента.

### Результаты учебной практики

#### УП.05.01

##### Освоение общих компетенций:

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 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

#### УП.05.01

##### Освоение профессиональных компетенций:

ПК 5.1	Выполнение обязанностей рекламного агента
--------	---

### Структура и содержание программы практики

#### Объем и виды практики по специальности 42.02.01 Реклама

Вид практики		Количество часов	Форма проведения
Учебная		Т <sub>у</sub>	
Модуль ПМ.05	УП.05.01*	156	Концентрированная
Вид аттестации: дифференцированный зачет			

\*\*В соответствии с ФГОС СПО обучающемуся присваивается профессия рабочего.

#### Основные разделы УП:

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
<b>ПМ.05</b> Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (рекламный агент) 1. Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	12

<b>ПМ. 05.</b> ОК 1,2,3,6,9; ПК 5.1 2. Вводный инструктаж. Ознакомительный этап	Проведение инструктажа по охране труда и техники безопасности Изучение структуры, штата и опыта работы рекламного агентства или рекламно - маркетингового отдела организации.	6
<b>ПМ. 05</b> ОК 1,2,3,6,9; ПК 5.1 5. Изучить должностные обязанности рекламного агента	Проанализировать и составить план работы с субъектами рекламной деятельности. Подготовить рекламный материал (на выбор) предлагаемый рекламной организацией	12
<b>ПМ. 05</b> ОК 1,2,3,6,9; ПК 5.1 6. Выполнять должностные обязанности рекламного агента	Реализовать практически опыт выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (раздача буклетов, выборка, вторичная маркетинговая информация, лефлетинг, медиа, аудио коммуникации, мерчандайзинг, воблер и т.д.)	120
<b>ПМ. 05</b> ОК 1,2,3,6,9; ПК 5.1 Отчетный этап	Работа в институте с руководителем практики - предоставление дневника, формирование отчета, сдача его на проверку. Защита работы (с возможным использованием презентации).	6
<b>Итого</b>		156

Студенты, вышедшие на практику, допускаются к выполнению работы только при наличии отметки о прохождении инструктажей по охране труда и пожарной безопасности. Проведение всех видов инструктажей фиксируется в специальном журнале с обязательными подписями получившего и проводившего инструктаж

**Вид аттестации:** 4 семестр – дифференцированный зачет.

#### **Основная литература:**

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta>
2. Божко А.Н. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop. - 2-е изд., испр. - Москва: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 320 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428970>
3. Бошно, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для СПО / С. В. Бошно. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 533 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5354-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9](http://www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9).
4. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для СПО / Коротков Э. М. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 640 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593](http://www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593).
5. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2015. — 224 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97268>.

**Авторы:** Мартыненко Роман Алексеевич, Потапенко Оксана Викторовна



**Аннотация по практике**  
**III. Производственная практика (по профилю специальности)**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 3,4 Семестр 6,8  
Количество часов: 754 ч.

ПП – 684 ч.

Консультации 70 ч.

ПП.01.01.– 72 часа (2 недели), консультации – 8 часов – 6 сем.

ПП.01.01.– 180 часов (5 недель), консультации – 15 часов – 8 сем.

ПП.02.01.– 108 часов (3 недели), консультации – 12 часов – 6 сем.

ПП.02.01.– 180 часа (5 недель), консультации – 15 часов – 8 сем.

ПП.03.01.– 72 часа (2 недели), консультации – 10 часов – 8 сем.

ПП.04.01.– 72 часа (2 недели), консультации – 10 часов – 8 сем.

Производственная практика (по профилю специальности) проходит в рекламных агентствах, в подразделениях маркетинга и рекламы различных организаций, предприятий (полного цикла) г. Краснодара и Краснодарского края, при наличии договоров образовательного учреждения с базовыми предприятиями.

**Цель**

Целью производственной практики (по профилю специальности) ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04 является формирование у обучающихся и закрепление общих и основных профессиональных компетенций проектной деятельности; освоение современных производственных процессов; адаптации к конкретным условиям профессиональной деятельности организаций (различных организационно-правовых форм).

**Задачи**

Поставленная цель достигается в результате

- знакомства с работой предприятия; приобретением навыков профессиональной и организационной деятельности на рабочем месте; участием в решении практических задач предприятия; умением планировать собственную работу индивидуально и работу в составе коллектива исполнителей; иметь практический опыт в создании, разработке, производстве и реализации рекламной продукции.

- освоения видов профессиональной деятельности, систематизация, обобщение, закрепление и углубление знаний и умений, формирование у студентов общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей, предусмотренных образовательным стандартом по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

**Место дисциплины в структуре ШССЗ**

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) и реализуется в рамках профессиональных модулей:

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

ПМ.02. Производство рекламной продукции

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

**Требования к уровню освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

### **ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.**

#### ***иметь практический опыт:***

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

#### ***уметь:***

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

#### ***знать:***

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

### **ПМ.02. Производство рекламной продукции**

#### ***иметь практический опыт:***

- выбора и использования инструмента, оборудования, 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 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;
- технологии создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение;

### **ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.**

#### ***иметь практический опыт:***

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

#### ***уметь:***

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

**знать:**

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

**ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.**

**иметь практический опыт:**

- планирования, разработки и технического исполнения проекта;
- контроля соответствия рекламной продукции 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:**

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

**Результаты производственной практики (по профилю специальности):**

**ПП.01.01**

**Освоение общих компетенций**

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.

### ПП.01.01

#### Освоение 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.

### ПП.02.01

#### Освоение общих компетенций:

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.

### ПП.02.01

#### Освоение 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.

**ПП.03.01****Освоение общих компетенций:**

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.

**ПП.03.01****Освоение профессиональных компетенций:**

ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

**ПП.04.01****Освоение общих компетенций:**

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.
--	---

#### ПП.04.01

##### Освоение профессиональных компетенций:

ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

#### Структура и содержание программы производственной практики (по профилю специальности)

##### Объем и виды практики по специальности 42.02.01 Реклама

Вид практики		Количество часов	Форма проведения
<b>Производственная (по профилю специальности)</b>		<b>Ту</b>	
Модуль ПМ.01	ПП.01.01 (6 семестр)	80	Концентрированная
Модуль ПМ.01	ПП.01.01 (8 семестр)	195	Концентрированная
Модуль ПМ.02	ПП.02.01 (6 семестр)	120	Концентрированная
Модуль ПМ.02	ПП.02.01 (8 семестр)	195	Концентрированная
Модуль ПМ.03	ПП.03.01 (8 семестр)	82	Концентрированная
Модуль ПМ.04	ПП.04.01 (8 семестр)	82	Концентрированная
Вид аттестации: дифференцированный зачет			

##### Основные разделы производственной практики (по профилю специальности):

##### 6 семестр (5 недель)

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
<b>ПМ.01.</b> Разработка и создание дизайна рекламной продукции 1. Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	8
<b>ПМ.02.</b> Производство рекламной продукции 1. Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	12
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 2. Вводный инструктаж. Ознакомительный этап	Постановка целей, задач прохождения производственной практики, решение организационных вопросов прохождения практики в организации; проведения инструктажа по охране труда, техники безопасности и пожарной безопасности. Ознакомиться с организацией - базой производственной практики. Провести анализ организации: место расположения, режим работы, определить основные функции организации. Ознакомление с правилами организации, работы в организации. Должностные обязанности. Анализ основных нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы производства рекламной продукции	6

<b>МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта</b>		
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>3.</b> Художественное проектирование рекламного продукта	Создание эскизов рекламной продукции с учетом особенностей указанного в брифе рекламного носителя.	12
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>4.</b> Проектирование корпоративного стиля	Разработка основных элементов фирменного стиля (логотип, фирменные цвета и шрифт, слоган, модульная сетка) на основе эскизов.	18
<b>МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>		
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>5.</b> Разработка творческой концепции рекламного продукта	Определить типы рекламной продукции, предпочитаемые заказчиком. Описание и презентация рекламной концепции.	6
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>6.</b> Презентация рекламного продукта	Презентация рекламного продукта. Представление рекламной идеи на конкретных носителях в виде презентации.	12
<b>МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>7.</b> Наружная реклама	Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы. Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама. Технологии создания наружной рекламы.	12
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>8.</b> Рекламная сувенирная продукция	Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки корпоративные значки. Технологии их создания: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.	6
<b>МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>9.</b> Анализ используемого на объекте практики графических программ и мультимедиа	Ознакомиться с программами, проектной компьютерной графики и мультимедиа используемой на предприятии	12
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>10.</b> Использование графических программ для рекламной фотографии	Отсканировать или переснять фотографию. С помощью графических программ и знаний, полученных в течение курса создать креативное решение рекламного плаката.	6
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>11.</b> Разработка рекламной листовки товара или услуги с помощью графических программ.	Выбрать технику и технологию. Разработать эскиз. Осуществить подбор необходимых исходных фотографий, рисунков, логотипов, текстов и т.д.	6

<b>МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>12.</b> Создание предметной рекламной фотографии для каталога	Съемка для каталога (Съемка одежды, обуви, парфюмерии, украшений, продуктов питания, и т. д.)	12
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>13.</b> Создание портрета для использования в рекламных целях	Портрет крупным планом как эффективный элемент рекламной фотографии. Съемка первого лица фирмы, съемка узнаваемых людей, съемка артистов для рекламы концертов. Обеспечение контактности портрета через направление взгляда.	6
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>14.</b> Съемка пейзажа	Пейзаж как элемент рекламной фотографии. Городской, сельский, индустриальный пейзажи. Архитектурная съемка	6
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>15.</b> Съемка интерьера	Интерьер как элемент рекламной фотографии.	6
<b>МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>16.</b> Построение сценария ролика	Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности	6
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>17.</b> Видеосъемка рекламного ролика	Основные приемы видеосъемки. Технологии видеосъемки: общего плана, крупного плана.	6
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>18.</b> Монтаж видеоролика	Монтирование рекламного ролика в видеоредакторе. Монтировать видеоролик в видеоредакторе	24
<b>МДК.02.05 Рекламный текст</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>19.</b> Рекламный текст	Составление рекламного текста (слогана, заголовка) с учетом концепции, рекламного носителя, приемов психологического воздействия на потребителя.	12
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>ПМ. 04.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 Оформление отчета	Работа в институте с руководителем практики - формирование отчета, формирование портфолио учебной практики. Предоставление дневника, отчета по практике и защита работы с использованием презентации.	6
<b>Итого</b>		<b>200</b>

### 8 семестр (14 недель)

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
------------	--------------------------------	--------------

<b>ПМ.01.</b> Разработка и создание дизайна рекламной продукции <b>1.</b> Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	15
<b>ПМ.02.</b> Производство рекламной продукции <b>1.</b> Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	15
<b>ПМ. 03.</b> Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта <b>1.</b> Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	10
<b>ПМ. 04.</b> Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта <b>1.</b> Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики..	10
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>ПМ. 04.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 <b>2.</b> Вводный инструктаж. Ознакомительный этап	Постановка целей, задач прохождения производственной практики, решение организационных вопросов прохождения практики в организации; проведения инструктажа по охране труда, техники безопасности и пожарной безопасности. Ознакомиться с предприятием/организацией базой учебной практики. Провести анализ предприятия: тип, специализация, профиль, вид организационно-правовой формы предприятия, место расположения, режим работы, материально-техническая база. Определить виды деятельности предприятия, выполняемые им функции на рынке, перечень основных и дополнительных услуг предприятия. Представить характеристику объекта	6
<b>МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта</b>		
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>3.</b> Художественное проектирование рекламного продукта	Выбор общего стиля рекламного продукта компании-заказчика с опорой на концепцию. Подбор цветовой схемы. Поиск иллюстраций, материала для создания иллюстраций. Выбор шрифтов, их пропорций, начертания, сочетаний. Создание эскизов рекламной продукции с учетом особенностей указанного в брифе рекламного носителя.	30
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>4.</b> Проектирование корпоративного стиля	Разработка основных элементов фирменного стиля (логотип, фирменные цвета и шрифт, слоган, модульная сетка) на основе эскизов. Работа с брендбуком (применение существующего фирменного стиля).	36
<b>МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>		
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>5.</b> Разработка творческой	Провести брифинг с заказчиком, описать, кто является целевой аудиторией заказчика, на какой сегмент рынка он нацелен. Описать товар заказчика	36

концепции рекламного продукта	с помощью трехуровневого анализа товара. Определить типы рекламной продукции, предпочитаемые заказчиком. Заполнить шаблон брифа по результатам брифинга с заказчиком. Составить ТЗ по результатам брифа. Разработать рекламную концепцию продукта (марки) с опорой на бриф. Описание и презентация рекламной концепции. Разработка рекламной стратегии	
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>6.</b> Презентация рекламного продукта	Презентация концепции и рекламного продукта Представление результатов анализа, рекламной идеи и ее воплощения на конкретных носителях в виде презентации.	6
<b>МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>7.</b> Производство печатной продукции	Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати. Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор. Авторская печатная форма. Подготовка макетов для печати. Выбор бумаги для печати	30
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>8.</b> Рекламная сувенирная продукция	Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки корпоративные значки. Технологии их создания: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос. Анализ – психологическое воздействие потребителей на готовую сувенирную рекламную продукцию. Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей.	24
<b>МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>9.</b> Использование графических программ для рекламной фотографии	Отсканировать или переснять фотографию. С помощью графических программ и знаний, полученных в течение курса создать креативное решение рекламного плаката.	12
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>10.</b> Разработка рекламной листовки товара или услуги с помощью графических программ.	Выбрать технику и технологию. Разработать эскиз. Осуществить подбор необходимых исходных фотографий, рисунков, логотипов, текстов и т.д. Обработать исходники. Подготовить файл к печати с учетом выбранной технологии	18
<b>МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>11.</b> Создание предметной рекламной фотографии для каталога	Съемка для каталога. (Съемка одежды, обуви, парфюмерии, украшений, продуктов питания, и т. д.). Повышенные требования к детализации и резкости объекта съемки. Особые требования к фону.	24

<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>12.</b> Создание портрета для использования в рекламных целях	Портрет крупным планом как эффективный элемент рекламной фотографии. Съемка первого лица фирмы, съемка узнаваемых людей, съемка артистов для рекламы концертов. Обеспечение контактности портрета через направление взгляда.	18
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>13.</b> Съемка пейзажа	Пейзаж как элемент рекламной фотографии. Городской, сельский, индустриальный пейзажи. Архитектурная съемка	6
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>14.</b> Съемка интерьера	Интерьер как элемент рекламной фотографии. Требования к оптике. Методы снижения контраста сцены при съемке интерьеров.	6
<b>МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>15.</b> Построение сценария ролика	Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности. Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию	24
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>16.</b> Видеосъемка рекламного ролика	Основные приемы видеосъемки. Технологии видеосъемки: общего плана, крупного плана, диалога героев, героев в движении. Съёмочный материал и его отбор для монтажа.	24
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>17.</b> Монтаж видеоролика	Монтирование рекламного ролика в видеоредакторе. Монтировать видеоролик в видеоредакторе	24
<b>МДК.02.05 Рекламный текст</b>		
<b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>18.</b> Рекламный текст	Составление рекламного текста (слогана, заголовка) с учетом концепции, рекламного носителя, приемов психологического воздействия на потребителя.	36
<b>МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности</b>		
<b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>19.</b> Маркетинговый анализ товаров	Выбрать компанию - заказчика - клиента рекламного агентства для анализа. Описать данную компанию. Описать основные направления рекламной деятельности компании – заказчика. Проанализировать продукты и услуги, производимые компанией – заказчиком с помощью трехуровневого анализа. Описать товары и услуги, производимые компанией – заказчиком, с помощью концепции маркетинговая смесь	12
<b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>20.</b> Выявление целевых групп потребителей	Определить, кто является покупателями продукции, производимой компанией- заказчиком. Провести сегментирование потребителей. Описать каждый из сегментов. Сделать выводы, кто является целевой аудиторией компании-заказчика.	12
<b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>21.</b> Разработка	Определить местоположение товара / услуг на кривой жизненного цикла товаров и услуг. Провести анализ внешнего и внутреннего окружения	18

маркетинговой части бизнес-плана	компания-заказчика. Подробно описать внешнее окружение: СТЕЕП факторы, которые могут повлиять на деятельность компании. Провести SWOT анализ рекламной организации. Предложить шаги по улучшению рекламной кампании клиента. Предложить способы усовершенствования товаров и услуг клиента. Все способы должны опираться на выводы из анализа	
<b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>22.</b> История развития предприятия	Составить краткую правовую справку об организации. Изучить состав учредительных документов организации и составить их перечень	6
<b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>23.</b> Организация договорной работы рекламного предприятия по продвижению рекламного продукта	Составить проект договора об оказании рекламных услуг на основании изученных хозяйственных договоров рекламного предприятия. Составить проект претензии заказчика о нарушении условий договора об оказании рекламных услуг на основании изученной правовой базы рекламного предприятия. Составить проект искового заявления о привлечении к ответственности исполнителя за нарушение прав заказчика в сфере рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия. Рассмотреть и описать виды ответственности заказчиков и исполнителей при заключении договоров по оказанию рекламных услуг или других договоров рекламного предприятия (договора аренды, авторского договора по выбору).	12
<b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>24.</b> Правовое регулирование отдельных видов рекламы в работе рекламного предприятия	Проанализировать и описать случаи соблюдения правового регулирования отдельных видов рекламы: политической, социальной, рекламы для несовершеннолетних и др., производимые рекламным предприятием.	6
<b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>25.</b> Правовая работа с целевыми группами потребителей	Презентация маркетингового анализа компании – заказчика. Представление результатов анализа, выводов из анализа и предложений по продвижению рекламного продукта на конкретных носителях в виде презентации.	6
<b>МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>		
<b>ПМ. 04.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 <b>26.</b> Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта	Составить план и график деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта в рекламной организации. Проанализировать работу с рекламой в средствах массовой информации рекламной организации	18
<b>ПМ. 04.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 <b>27.</b> Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	Составить план проведения процедуры контроля на соответствии рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации. Проанализировать и описать процедуру согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	18
<b>ПМ. 04.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 <b>28.</b> Взаимодействие с субъектами рекламной	Проанализировать и описать взаимодействие рекламной организации с субъектами рекламной деятельности. Оценить и описать конкуренцию на рынке рекламы. Подготовить презентацию	18

деятельности	рекламного продукта (на выбор) предлагаемого рекламной организацией	
<b>ПМ. 04.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 <b>29.</b> Подготовка документации для регистрации авторских прав	Изучить документацию по регистрации авторских прав в рекламной компании. Подготовить пакет авторских документов для регистрации авторских прав	12
<b>ПМ.01.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 <b>ПМ.02.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 <b>ПМ. 03</b> ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 <b>ПМ. 04.</b> ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 Оформление отчета	Работа в институте с руководителем практики. Предоставление дневника, отчета по практике и защита работы с использованием презентации - формирование отчета, формирование портфолио производственной практики.	6
<b>Итого</b>		<b>554</b>

Студенты, вышедшие на практику, допускаются к выполнению работы только при наличии отметки о прохождении инструктажей по охране труда и пожарной безопасности. Проведение всех видов инструктажей фиксируется в специальном журнале с обязательными подписями получившего и проводившего инструктаж

**Вид аттестации:** 6 семестр – дифференцированный зачет  
8 семестр – дифференцированный зачет

#### **Основная литература:**

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta>
2. Божко А.Н. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop. - 2-е изд., испр. - Москва: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 320 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428970>
3. Бошно, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для СПО / С. В. Бошно. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 533 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5354-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9](http://www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9).
4. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для СПО / Коротков Э. М. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 640 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593](http://www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593).
5. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2015. — 224 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97268>.

**Авторы:** Мартыненко Роман Алексеевич, Потапенко Оксана Викторовна

**Аннотация по практике**  
**ПДП. Производственная практика (преддипломная)**  
**42.02.01 Реклама**

Курс 4 Семестр 8  
Количество часов: 144 ч.

Производственная практика (преддипломная) проходит в рекламных агентствах, в подразделениях маркетинга и рекламы различных организаций, предприятий (полного цикла) г. Краснодара и Краснодарского края, при наличии договоров образовательного учреждения с базовыми предприятиями.

**Цель ПДП**

Преддипломная практика является завершающим этапом подготовки специалиста по рекламе и проводится после окончания полного курса обучения.

Производственная (преддипломная) практика направлена на формирование общих и профессиональных компетенций, освоению современных производственных процессов, адаптации обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм; закреплению и углублению теоретических знаний, полученных студентами при изучении предметов по направлению подготовки 42.02.01 Реклама (базовая подготовка). Дальнейшее совершенствование навыков практической работы в проектной деятельности, приобретением навыков профессиональной и организационной деятельности на рабочих местах, участием в решении практических проблем, умением планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей и иметь практический опыт в создании, разработке, производстве и реализации рекламной продукции.

Целью преддипломной практики кроме вышеперечисленного является сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.

**Задачи ПДП**

производственной (преддипломной) практики ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04, ПМ.05 – освоение видов профессиональной деятельности, систематизация, обобщение, приобретённых знаний и умений, закрепление сформированных у студентов общих и профессиональных компетенций, приобретение дальнейшего практического опыта в рамках профессиональных модулей, предусмотренных образовательным стандартом по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

**Место дисциплины в структуре ППСЗ**

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510) по специальности (специальностям) 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) и реализуется в рамках профессиональных модулей. Проходит непрерывно в конце 8-ого семестра обучения, после освоения всей основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

производственная практика (преддипломная) включает:  
ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.  
ПМ.02. Производство рекламной продукции

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.  
ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.  
ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (рекламный агент).

### **Требования к уровню освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**ПМ.01.** Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

#### ***иметь практический опыт:***

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

#### ***уметь:***

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

#### ***знать:***

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

**ПМ.02.** Производство рекламной продукции

#### ***иметь практический опыт:***

- выбора и использования инструмента, оборудования, 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 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;
- технологии создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение;

**ПМ.03.** Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

***иметь практический опыт:***

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

***уметь:***

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

***знать:***

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

**ПМ.04.** Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

***иметь практический опыт:***

- планирования, разработки и технического исполнения проекта;
- контроля соответствия рекламной продукции 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:***

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

**ПМ.05** Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (рекламный агент).

***иметь практический опыт:***

- выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

***уметь:***

- выполнять должностные обязанности рекламного агента.

***знать:***

- должностные обязанности рекламного агента.

**Результаты производственной (преддипломной) практики:**

### Освоение общих компетенций

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.
ОК 12	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ОК 13	Проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.
ОК 14	Владеть современными информационными и телекоммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности.

### Освоение 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.
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 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ПК 5.1	Выполнение обязанностей рекламного агента

**Структура и содержание программы практики**  
**Объем и виды практики по специальности 42.02.01 Реклама**

Вид практики		Количество часов	Форма проведения
<b>Производственная практика ПДП (преддипломная)</b>		<b>Ту</b>	
ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04, ПМ.05	(8 семестр)	144	Концентрированная
Вид аттестации: дифференцированный зачет			

**Основные разделы ПДП:**

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
Инструктаж. Ознакомительный этап	Постановка целей, задач прохождения производственной практики, решение организационных вопросов прохождения практики в организации; проведения инструктажа по охране труда, техники безопасности и пожарной безопасности. Ознакомиться с организацией - базой производственной практики. Провести анализ организации: место расположения, режим работы, определить основные функции организации. Ознакомление с правилами организации, работы в организации. Должностные обязанности. Анализ основных нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы производства рекламной продукции.	2
Тема 1 Выбор художественной формы реализации рекламной идеи	1.Описать возможные решения при создании рекламного продукта, услуги. 2.Разработать и создать дизайн различных видов рекламной продукции (рекламных афиш, плакатов, информационных листовок, объявлений, буклетов, флаеров, фирменного стиля и т.д..)	4
Тема 2 Создания визуального образа с рекламными функциями	1.Описать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы. 2.Описать приемы и принципы составления рекламного текста 3. Создать и сформировать рекламный текст для разработанной рекламной продукции компании	10
Тема 3 Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию	1. Разработать макет товарного знака на основе брифа рекламодателя. 2. Создать макет сувенирной продукции для компании в зависимости от целей, задач и бюджета рекламной компании.	8
Тема 4 Выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта	1. Описать основные инструменты, оборудование и основные изобразительные средства и материалы, используемые при исполнении рекламного продукта 2. Разработать серию рекламных плакатов для рекламной организации (базы практики), количество макетов не менее 3-х.	8
Тема 5 Подготовка к производству рекламного продукта	Описать основные этапы технологии разработки и производства рекламной продукции в рекламной организации (базы практики). Создать и подготовить к производству рекламный продукт по заданию руководителя производственной практики от	6

	организации	
Тема 6 Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описать основные психологические восприятия рекламного продукта потребителем.</li> <li>2. Проанализировать как осуществляется в рекламной организации (базе практики) правовое обеспечение рекламной деятельности и требований заказчиков</li> </ol>	6
Тема 7 Выявление требований целевых групп потребителей	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проанализировать кто является целевой группой потребителей рекламной организации (базы практики).</li> <li>2. Провести сегментирование потребителей рекламной организации (базы практики) и описать каждый сегмент.</li> <li>3. Разработать предложения по расширению целевых групп потребителей.</li> </ol>	10
Тема 8 Разработка средств продвижения рекламного продукта	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описать основные средства продвижения рекламного продукта, используемые в рекламной организации (базе практики).</li> <li>2. Разработать средства продвижения рекламного продукта для рекламной организации (базы практики) с целью повышения эффективности деятельности.</li> </ol>	12
Тема 9 Разработка маркетинговой части бизнес-плана	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описать внешнее окружение: STEP факторы, которые влияют на деятельность рекламной организации (базу практики).</li> <li>2. Провести SWOT-анализ рекламной организации (базы практики).</li> <li>3. Разработать маркетинговую часть бизнес-плана рекламной организации 1. Описать внешнее окружение: STEP факторы, которые влияют на деятельность рекламной организации (базу практики)</li> </ol>	12
Тема 10 Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описать систему планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта в рекламной организации (базы практики).</li> <li>2. Разработать предложения по совершенствованию системы планирования и текущей деятельности для рекламной организации (базы практики).</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описать систему планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта в рекламной организации (базы практики).</li> </ol>	6
Тема 11 Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучить и описать как осуществляется функция контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации (базе практике).</li> <li>2. Разработать систему мероприятий по совершенствованию контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя</li> </ol>	6
Тема 12 Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описать взаимодействие рекламной организации (базы практики) с субъектами рекламной деятельности.</li> <li>2. Разработать систему эффективных мероприятий по взаимодействию с субъектами рекламной деятельности для рекламной организации (базы практики).</li> </ol>	6
Тема 13 Подготовка документации для регистрации авторских прав	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описать процедуру подготовки документации для регистрации авторских прав в рекламной организации (базы практики).</li> <li>2. Составить и приложить к отчету документы необходимые для регистрации авторских</li> </ol>	8

Тема 14 Работа с заданиями по выпускной квалификационной работе	Выполнить индивидуальные задания, выданные дипломным руководителем	30
Подготовка отчета по практике Подготовка отчета по практике	Работа в институте с руководителем практики, формирование отчета, сдача его на проверку руководителю	10
<b>Итого</b>		<b>144</b>

Студенты, вышедшие на практику, допускаются к выполнению работы только при наличии отметки о прохождении инструктажей по охране труда и пожарной безопасности. Проведение всех видов инструктажей фиксируется в специальном журнале с обязательными подписями получившего и проводившего инструктаж

**Вид аттестации:** 8 семестр – дифференцированный зачет.

#### **Основная литература:**

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta>
2. Божко А.Н. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop. - 2-е изд., испр. - Москва: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 320 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428970>
3. Бошно, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для СПО / С. В. Бошно. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 533 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5354-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9](http://www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9).
4. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для СПО / Коротков Э. М. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 640 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593](http://www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593).
5. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2015. — 224 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97268>.

**Авторы:** Мартыненко Роман Алексеевич, Потапенко Оксана Викторовна

**Аннотация программы государственной итоговой аттестации  
42.02.01 Реклама**

Курс 4 Семестр 8

Количество часов:

всего: 216 час

подготовка выпускной квалификационной работы 144 час,

защита выпускной квалификационной работы 72 час

**Целью** государственной итоговой аттестации является установление соответствия уровня освоенности компетенций, обеспечивающих соответствующую квалификацию и уровень образования обучающихся, Федеральному государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама

**Задачи дисциплины:**

- определение степени готовности использования наиболее значимых профессиональных компетенций и необходимых для них знаний и умений;
- реализация практической направленности подготовки специалистов со средним профессиональным образованием

**Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):**

Код компетенции	Наименование компетенции
1	2
<b>Общие компетенции</b>	
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

Код компетенции	Наименование компетенции
1	2
	деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
<b>Профессиональные компетенции</b>	
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выбора художественной формы реализации рекламной идеи;</li> <li>– создания визуального образа с рекламными функциями;</li> <li>– художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.</li> <li>– выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</li> <li>– построения модели (макета, сценария) объекта, с учетом выбранной технологии;</li> <li>– подготовки к производству рекламного продукта;</li> <li>– производства рекламного продукта, с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</li> <li>– выявления требований целевых групп потребителей;</li> <li>– разработки средств продвижения рекламного продукта;</li> <li>– разработки маркетинговой части бизнес-плана;</li> <li>– планирования, разработки и технического исполнения проекта;</li> <li>– контроля соответствия рекламной продукции рекламодателя;</li> <li>– взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выразительные и художественно-изобразительное средство рекламы;</li> <li>– приемы и принципы составления рекламного текста;</li> <li>– композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;</li> <li>– методы проектирования рекламного продукта;</li> <li>– методы психологического воздействия на потребителя;</li> <li>– технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;</li> <li>– технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;</li> <li>– технические и программные средства для создания печатного рекламного</li> </ul>

	<p>продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li> <li>– технологии создания Интернет-рекламы;</li> <li>– аппаратное и программное обеспечение;</li> <li>– задачи, цели и общие требования к рекламе;</li> <li>– основные направления рекламной деятельности;</li> <li>– виды рекламной деятельности;</li> <li>– структуру рекламного рынка;</li> <li>– экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</li> <li>– основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</li> <li>– пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</li> <li>– основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– аспекты планирования рекламы;</li> <li>– этапы принятия и реализация управленческих решений;</li> <li>– классификацию целей менеджмента;</li> </ul>
Уметь	<p>осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</li> <li>– использовать выразительное и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;</li> <li>– составлять рекламные тексты;</li> </ul> <p>осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</li> <li>– использовать компьютерные технологии при создании рекламного продукта;</li> <li>– разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;</li> <li>– использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li> <li>– использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</li> <li>– проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>– анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</li> <li>– проводить сегментирование рынка;</li> <li>– принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</li> <li>– составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> <li>– работать с рекламой в средствах массовой информации;</li> <li>– проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</li> <li>– проводить презентацию рекламного продукта;</li> <li>– подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</li> </ul>

### Содержание и структура дисциплины (модуля, практики)

Этапы итоговой государственной аттестации	Количество недель
1. Выполнение выпускной квалификационной работы	4
2. Защита выпускной квалификационной работы	2
Всего	6

**Курсовые проекты (работы):** *не предусмотрены*

**Вид аттестации:** Защита выпускной квалификационной работы

**Основная литература**

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta>
2. Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/9E3BC42F-BA1D-4E53-9F8A-559A01D0F2F8](http://www.biblio-online.ru/book/9E3BC42F-BA1D-4E53-9F8A-559A01D0F2F8).
3. Кравчук В.П. Типографика и художественно-техническое редактирование : учебное наглядное пособие. - Кемерово : КемГУКИ, 2015. - 48 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438320>
4. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>

Автор Иваненко О.П.

## РЕЦЕНЗИЯ

на программу подготовки специалистов среднего звена  
по специальности 42.02.01 Реклама  
наименование квалификации базовой подготовки  
«Специалист по рекламе» реализуемая ФГБОУ ВО  
«Кубанский государственный университет»  
Институт среднего профессионального образования

Рецензируемая программа подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 501 от 16 мая 2014 г.

Образовательная программа направлена на обучение студентов очной форме обучения, на базе основного общего образования со сроком обучения 3 года 10 месяцев.

Представленная программа включает в себя все необходимые структурные элементы:

1. Общие положения
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки
3. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама формируемые в результате освоения данной ППССЗ
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации СПО по ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама подготовки
5. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися СПО по ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама
6. Нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся
7. Фактическое ресурсное обеспечение ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки в Институте среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
8. Характеристики социокультурной среды вуза

В ППССЗ перечислены виды профессиональной деятельности, общие и профессиональные компетенции выпускника. ППССЗ определяет и регламентирует цели и содержание образовательного процесса, раскрывает особенности организации образовательного процесса на базе основного общего образования, определяет используемые в образовательном процессе инновационные технологии.

Максимальный объем учебной нагрузки составляет 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной работы.

Максимальный объем обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающихся при очной форме обучения составляет 36 академических часов в неделю. Обязательная аудиторная нагрузка предполагает лекции, практические занятия, включая семинары и выполнение курсовых работ.

Самостоятельная работа организуется в форме выполнения докладов, письменных работ, практических работ, курсовых работ, проектов, подготовки рефератов, самостоятельного изучения отдельных дидактических единиц, с интерактивными обучающими программами, справочно-правовыми системами и т.д. ППСЗ специальности 42.02.01 Реклама предполагает изучение следующих учебных циклов:

- общего гуманитарного и социально-экономического;
- математического и общего естественнонаучного;
- профессионального;

и разделов:

- учебная практика;
- производственная практика (по профилю специальности);
- производственная практика (преддипломная);
- промежуточная аттестация; государственная итоговая аттестация.

Обязательная часть ППСЗ по циклам составляет 70% от общего объема времени, отведенного на их освоение. Вариативная часть (30%) распределена в соответствии с потребностями работодателей и направлена на повышение конкурентоспособности выпускников.

При освоении обучающимися профессиональных модулей проводятся учебная практика и производственная практика (по профилю специальности).

Рецензируемая образовательная программа может быть рекомендована к использованию в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» при обучении студентов по специальности 42.02.01 Реклама, квалификация подготовки «Специалист по рекламе»

Рецензент



Ивановна Буланова  
Согласна на решение ООО «Кедр»  
г. Краснодар



## РЕЦЕНЗИЯ

на программу подготовки специалистов среднего звена  
по специальности 42.02.01 Реклама  
наименование квалификации базовой подготовки  
«Специалист по рекламе» реализуемая ФГБОУ ВО  
«Кубанский государственный университет»  
Институт среднего профессионального образования

Программа по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки очной формы обучения, представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующей специальности (ФГОС СПО) а также с учетом рекомендованной примерной программы подготовки специалистов среднего звена.

При формировании ППССЗ СПО учитывался объем времени, отведенный на вариативную часть циклов, увеличивая при этом объем времени, отведенный на дисциплины и модули обязательной части, либо вводя новые дисциплины и модули в соответствии с потребностями работодателей и спецификой деятельности ИНСПО КубГУ.

В рабочих учебных программах всех дисциплин и профессиональных модулей четко сформулированы требования к результатам их освоения: компетенциям, приобретаемому практическому опыту, знаниям и умениям, направленных на эффективную самостоятельную работу обучающихся в сочетании с совершенствованием управления со стороны преподавателей.

В полном объеме регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график.

Институт располагает достаточной материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторных и практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, лабораторной, практической, самостоятельной и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом. Материально-техническая база обеспечивается наличием зданий и помещений, находящихся у института, оформленных в соответствии с действующими требованиями законодательства Российской Федерации

Программа полностью соответствует федеральным государственным требованиям к структуре ОПОП и может быть использована в учебном процессе.

Рецензент



В.В. Поповичук  
Директор ПК-Агентство  
ООО «ИГРЫ РАЗУМА»  
г. Краснодар