

МИНИСТЕРСТВО ТУРИЗМА ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ТВЕРСКОЙ КОЛЛЕДЖ СЕРВИСА И ТУРИЗМА»

РАССМОТРЕНО

На заседании ЦМК


«Реклама и дизайн»

Председатель  Горячева С.В.



УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ «ТКСиТ»

 Е.А. Кузнецова

Приказ № 133-08 от 31.08.2023 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА

УГПС: 42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело

Квалификация: специалист по рекламе

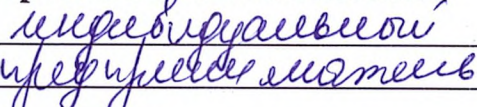
Форма подготовки: очная

Нормативный срок обучения:

2 года 10 месяцев

СОГЛАСОВАНО

Серяков Павел Алексеевич





2023 г.

Настоящая основная профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552.

ОПОП СПО определяет объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности.

Организация-разработчик:

Государственное бюджетное
профессиональное образовательной
учреждение «Тверской колледж сервиса и
туризма»

Содержание

Раздел 1. Общие положения.....	4
Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы.....	5
Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	5
Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы.....	6
4.1. <i>Общие компетенции.....</i>	<i>6</i>
4.2. <i>Профессиональные компетенции.....</i>	<i>10</i>
Раздел 5. Структура образовательной программы.....	26
5.1. <i>Учебный план</i>	<i>26</i>
5.2. <i>Календарный учебный график.....</i>	<i>29</i>
5.3. <i>Рабочая программа воспитания (в т.ч. календарный план воспитательной работы)</i>	<i>35</i>
Раздел 6. Условия реализации образовательной программы.....	35
6.1. <i>Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы.....</i>	<i>35</i>
6.2. <i>Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы</i>	<i>52</i>
6.3. <i>Требования к практической подготовке обучающихся</i>	<i>55</i>
6.4. <i>Требования к организации воспитания обучающихся.....</i>	<i>56</i>
6.5. <i>Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы.....</i>	<i>56</i>
6.6. <i>Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы.....</i>	<i>66</i>
Раздел 7. Формирование оценочных материалов для проведения государственной итоговой аттестации.....	57
Приложение 1. Программы профессиональных модулей.....	58
Приложение 2 Программы учебных дисциплин	149
Приложение 3 Рабочая программа воспитания	333
Приложение 4 Примерные оценочные материалы для ГИА.....	342

Раздел 1. Общие положения

1.1. Настоящая ОПОП СПО по специальности 42.02.01 Реклама разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 (далее – ФГОС СПО).

ОПОП определяет объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности.

Основная профессиональная образовательная программа (далее – образовательная программа), реализуемая на базе основного общего образования, разрабатывается образовательной организацией на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и ФГОС СПО с учетом получаемой специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Нормативные основания для разработки ПОП:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Рекламам»;
- ФГОС среднего общего образования (утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. №413);
- Приказ Минпросвещения России от 18.05.2023 №371 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минпросвещения России от 08 ноября 2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 5 августа 2020 г. «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 февраля 2015года, регистрационный № 36020);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019года, регистрационный № 54635);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017г. № 40н «Об утверждении профессионального стандарта «Графический дизайнер» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 января 2017года, регистрационный № 45442);

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018года, регистрационный № 51397);

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022г. № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 года, регистрационный № 69714)

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ОПОП:

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

СГ – социально-гуманитарный цикл;

ОП – общепрофессиональный цикл;

П – профессиональный цикл;

МДК – междисциплинарный курс;

ПМ – профессиональный модуль;

ОП – общепрофессиональная дисциплина;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ГИА – государственная итоговая аттестация.

Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: специалист по рекламе.

При разработке образовательной программы организация устанавливает направленность, которая соответствует специальности в целом.

Получение образования по специальности допускается только в профессиональной образовательной организации или образовательной организации высшего образования.

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная.

Объем образовательной программы, реализуемой на базе среднего общего образования по квалификации: специалист по рекламе – 2952 академических часов.

Срок получения образования по образовательной программе, реализуемой на базе среднего общего образования по квалификации: специалист по рекламе – 1 год 10 месяцев.

Объем программы по освоению программы среднего профессионального образования на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования: 4428 академических часов, со сроком обучения 2 года 10 месяцев.

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область профессиональной деятельности выпускников:

3.2. Соответствие видов деятельности профессиональным модулям и присваиваемой квалификации:

Наименование видов деятельности	Наименование профессиональных модулей
1	2
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

4.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)		

		<p>Знания:</p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>структуру плана для решения задач</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p>Умения:</p> <p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p>Знания:</p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой	<p>Умения:</p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела</p>

	грамотности в различных жизненных ситуациях	<p>в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p> <p>Знания:</p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации</p> <p>современная научная и профессиональная терминология</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности</p> <p>правила разработки бизнес-планов</p> <p>порядок выстраивания презентации</p> <p>кредитные банковские продукты</p>
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<p>Умения:</p> <p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <p>Знания:</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p>
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<p>Умения:</p> <p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p> <p>Знания:</p> <p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе	<p>Умения:</p> <p>описывать значимость своей специальности</p> <p>применять стандарты антикоррупционного поведения</p> <p>Знания:</p> <p>сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей</p> <p>значимость профессиональной деятельности по специальности</p>

	с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения:
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения:
		использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей
		применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности
		пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности
		Знания:
		роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
		основы здорового образа жизни
		условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы

		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения
		правила чтения текстов профессиональной направленности

4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении

		<p>исследований;</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования рынка. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной

		<p>среды.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	<p>ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять цели и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций <p>Умения:</p> <p>Преобразовывать требования заказчика в бриф</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Принципов выбора каналов коммуникации <p>Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>...- Важность учета</p>

		<p>пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий</p> <p>- Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей</p>
<p>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>- Практический опыт: Планирования системы маркетинговых коммуникаций</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК;

		<p>- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий
--	--	--

		<p>заказчика при планировании рекламной кампании;</p> <ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	<p>ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА;

		<ul style="list-style-type: none"> - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
<p>Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p>	<p>ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной

		<p>стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.</p>
	<p>ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. <p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления

		<p>воздействия рекламной кампании на ЦА;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК.
		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
	<p>ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии

		<p>поисково-контекстной рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы
--	--	---

		<p>внутренней и внешней оптимизации сайтов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений	ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации,

и творческих материалов на основных рекламных носителях		идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным

		задачам.
ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании		Практический опыт: - определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
		Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет		Практический опыт: - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом,

		<p>поставленных задач в области рекламы.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления
--	--	--

		<p>воздействия рекламной кампании на ЦА;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов;
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	--

Раздел 5. Структура образовательной программы

5.1. Учебный план

5.1.1. Учебный план по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)

Индекс	Наименование	Всего	В т.ч. в форме практ. подготовки	Объем образовательной программы в академических часах, по видам учебных занятий						Рекомендуемый курс изучения
				Теоретические занятия	Лабораторные и практические занятия	Курсовая работа / проект	Практики	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Обязательная часть образовательной программы		1908	1426	410	934	60	432		72	
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл	296	208	88	208	0	0	0	0	
СГ.01	История России	38	10	28	10					1
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	38	36	2	36					1
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	68	48	20	48					1
СГ.04	Физическая культура	78	74	4	74					1_2
СГ.05	Основы бережливого производства	38	20	18	20					1
СГ.06	Основы финансовой грамотности	36	20	16	20					1
ОП.00	Общепрофессиональный цикл	400	286	114	286	0	0	0	0	
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	56	46	10	46					1
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	88	82	6	82					1,2
ОП.03	История экранных искусств	38	18	20	18					1
ОП.04	Рекламная деятельность	104	80	24	80					1
ОП.05	Психология рекламы	38	20	18	20					1
ОП.06	Русский язык и культура речи	76	40	36	40					1,2
П. 00	Профессиональный цикл	1140	932	208	440	60	432	0	0	

ПМ 01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	222	182	40	90	20	72	0	0	1
МДК 01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	80	60	20	60					1
МДК 01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	70	50	20	30	20				1
УП. 01	Учебная практика	36	36				36			1
ПП. 01	Производственная практика	36	36				36			1
ПМ 02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	226	192	34	100	20	72	0	0	1
МДК 02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	54	40	14	20	20				1
МДК 02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	100	80	20	80					2
УП. 02	Учебная практика	36	36				36			1
ПП. 02	Производственная практика	36	36				36			2
ПМ 03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	270	212	58	140	0	72	0	0	1
МДК 03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	88	60	28	60					2

МДК 03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	110	80	30	80					2
УП. 03	Учебная практика	36	36				36			2
ПП. 03	Производственная практика	36	36				36			2
ПМ 04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	278	202	76	110	20	72	0	0	2
МДК 04.01	Разработка творческих рекламных решений	90	60	30	40	20				2
МДК 04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	116	70	46	70					2
УП. 04	Учебная практика	36	36				36			2
ПП. 04	Производственная практика	36	36				36			2
ПП	Производственная практика(преддипломная)	144	144				144			2
Промежуточная аттестация		72							72	1,2
Вариативная часть ОП		828								1_2
ГИА.0 0	Государственная итоговая аттестация	216								2
Итого:		2952								

5.2. Календарный учебный график

5.2.1. По программе подготовки специалистов среднего звена

1 курс

Календарный учебный график

Индекс	Компоненты программы	ПН ¹		ПН		ПН		ПН		ПН		ПН		ПН		ПН		ПН		ПН		Всего																												
		сентябрь		октябрь		ноябрь		декабрь		январь		февраль		март		апрель		май		июнь																														
		Номера календарных недель																																																
		Порядковые номера недель учебного года																																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43					
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл																																												19					
СГ.01	История России	2	2	2	2	2	2	2	2	2																																					38			
СГ.02	Иностраннный язык в профессиональной деятельности	2	2	2	2	2	2	2	2	2																																						38		
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	2	2	2	2	2	2	2	2	2																																							46	
СГ.04	Физическая культура	2	2	2	2	2	2	2	2	2																																							38	
СГ.05	Основы бережливого производства	2	2	2	2	2	2	2	2	2																																							38	
ОП.00	Общепрофессиональный цикл																																																	28
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	2	2	2	2	2	2	2	2	2																																								56
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности																																																	10

¹ПН – даты «промежуточной недели» на стыке двух месяцев (при наличии).

ОП.05	Русский язык и культура речи	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2									2	2	2	2	2	2	2	2				40		
П.00	Профессиональный цикл																															684	
ПМ02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий																															136	
МДК 02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	10	8	10	8	10	8	10	8	10	8	10																				100	
ПП.02	Производственная практика												36																			36	
ПМ03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий																																270
МДК 03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8																					88	

МДК 03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0																									11 0
УП 03	Учебная практика																					3 6															36
ПП . 03	Производственная практика																						3 6														36
ПМ 04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях																																			27 8	
МДК 04.01	Разработка творческих рекламных решений											1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0	1 0																90
МДК 04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки											1 2	1 4	1 2	1 4	1 2	1 4	1 2	1 4	1 2																	11 6
УП 04	Учебная практика																																			36	
ПП . 04	Производственная практика																																			36	

5.3. Рабочая программа воспитания

5.3.1. Цели и задачи воспитания обучающихся при освоении ими образовательной программы:

Цель рабочей программы воспитания – развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

Задачи:

- усвоение обучающимися знаний о нормах, духовно-нравственных ценностях, которые выработало российское общество (социально значимых знаний);
- формирование и развитие осознанного позитивного отношения к ценностям, нормам и правилам поведения, принятым в российском обществе (их освоение, принятие), современного научного мировоззрения, мотивации к труду, непрерывному личностному и профессиональному росту;
- приобретение социокультурного опыта поведения, общения, межличностных и социальных отношений, в том числе в профессионально ориентированной деятельности;
- подготовка к самостоятельной профессиональной деятельности с учетом получаемой квалификации (социально-значимый опыт) во благо своей семьи, народа, Родины и государства;
- подготовка к созданию семьи и рождению детей.

5.3.2. Рабочая программа воспитания представлена в Приложении 3.

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

6.1. Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы

6.1.1. Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной и воспитательной работы, мастерские и лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов.

Перечень специальных помещений

Кабинеты:

- Социально-экономических дисциплин
- Иностранного языка
- Безопасности жизнедеятельности
- Основ композиции в рекламе
- Рисунка и живописи в рекламе
- Основы финансовой грамотности

Основ бережливого производства
 Психологии в рекламе
 Истории экранных искусств
 Маркетинговых исследований
 Дизайна и макетирования рекламной продукции
 Брендинга и бренд менеджмента
 Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

Лаборатории:

Информационных технологий
 Цифровых коммуникационных технологий
 Компьютерной графики
 Видеостудия
 Фотостудия

Спортивный комплекс

Спортивный зал

Залы:

– библиотека, читальный зал с выходом в интернет;
 – актовый зал;
 и др.

6.1.2. Материально-техническое оснащение кабинетов, лабораторий, полигона и баз практики по специальности.

Образовательная организация, реализующая программу по специальности 42.02.01 Реклама, должна располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам в разрезе выбранных траекторий. Минимально необходимый для реализации ООП перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

6.1.2.1. Оснащение кабинетов

Кабинет «Социально-экономических дисциплин»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
4	Кресло преподавателя	
5	Шкаф для хранения учебных пособий	
6	Доска пробковая/Доска магнитно-маркерная	
II Технические средства		

Основное оборудование		
7	Сетевой фильтр	-
8	Интерактивный программно-аппаратный комплекс мобильный или стационарный (программное обеспечение (ПО), проектор, крепление в комплекте)	Интерактивная доска или панель (диагональ не менее 65 дюймов, сенсорный экран, специализированное программное обеспечение)
9	Компьютер преподавателя с периферией/ноутбук (лицензионное программное обеспечение (ПО), образовательный контент и система защиты от вредоносной информации, ПО для цифровой лаборатории, с возможностью онлайн опроса)	Компьютер или ноутбук (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб, офисный пакет программного обеспечения)

Дополнительное оборудование

10	Документ-камера	Разрешение: 1920 x 1080, 1080р, Фокусировка: авто\ручная
----	-----------------	---

III Демонстрационные учебно-наглядные пособия

Основное оборудование

11	Цифровые УМК	-
----	--------------	---

Кабинет «Иностранного языка».

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
4	Кресло преподавателя	-
5	Шкаф для хранения учебных пособий	-
6	Доска пробковая/Доска магнитно-маркерная	-
II Технические средства		
Основное оборудование		
7	Сетевой фильтр	-
8	Интерактивный программно-аппаратный комплекс мобильный или стационарный (программное обеспечение (ПО), проектор, крепление в комплекте)	-
9	Компьютер преподавателя с периферией/ноутбук (лицензионное программное обеспечение (ПО), образовательный контент и система защиты от вредоносной информации, ПО для цифровой	Компьютер или ноутбук (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб,

	лаборатории, с возможностью онлайн опроса)	офисный пакет программного обеспечения)
Дополнительное оборудование		
10	Документ-камера	Разрешение: 1920 x1080, 1080р, Фокусировка: авто\ручная
11	Наушники для прослушивания аудио и видеоматериалов	Накладные
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
12	Цифровые УМК	-
13	Стенд	-
14	Плакатница	-
Кабинет «Безопасности жизнедеятельности».		
№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
4	Кресло преподавателя	-
5	Шкаф для хранения учебных пособий	-
6	Доска пробковая/Доска магнитно-маркерная	-
7	Шкаф металлический (сейф) для учебных автоматов	-
8	Шкаф металлический (сейф) для противогазов	-
II Технические средства		
Основное оборудование		
9	Сетевой фильтр	-
10	Интерактивный программно-аппаратный комплекс мобильный или стационарный (программное обеспечение (ПО), проектор, крепление в комплекте)	-
11	Компьютер преподавателя с периферией/ноутбук (лицензионное программное обеспечение (ПО), образовательный контент и система защиты от вредоносной информации, ПО для цифровой лаборатории, с возможностью онлайн опроса)	Компьютер или ноутбук (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб, офисный пакет программного обеспечения)
12	Колонки звуковые	-
Дополнительное оборудование		
13	Документ-камера	Разрешение: 1920 x1080, 1080р,

		Фокусировка: авто\ручная
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
14	Цифровые УМК	-
15	Стенд	-
16	Плакатница	-
17	Общевойсковой защитный комплект (ОЗК)	-
18	Общевойсковой противогаз или противогаз ГП-7	-
19	Гопкалитовый патрон ДП-5В	-
20	Изолирующий противогаз в комплекте с регенеративным патроном	-
21	Респиратор Р-2	-
22	Индивидуальный противохимический пакет (ИПП-8, 9, 10, 11)	-
23	Ватно-марлевая повязка	-
24	Противопыльная тканевая маска	-
25	Носилки санитарные	-
26	Аптечка индивидуальная (АИ-2)	-
27	Медицинская сумка в комплекте	-
28	Бинты марлевые	-
29	Бинты эластичные	-
30	Жгуты кровоостанавливающие резиновые	-
31	Индивидуальные перевязочные пакеты	-
32	Косынки перевязочные	-
33	Ножницы для перевязочного материала прямые	-
34	Шприц-тюбики одноразового пользования (без наполнителя)	-
35	Шинный материал (металлические, Дитерихса)	-
36	Огнетушители порошковые (учебные)	-
37	Огнетушители пенные (учебные)	-
38	Огнетушители углекислотные (учебные)	-
39	Устройство отработки прицеливания (электронный тир)	-
40	Учебные автоматы АК-74	-
41	Винтовки пневматические	-
42	Комплект плакатов по Гражданской обороне	-
43	Комплект плакатов по Основам военной службы	-
44	Войсковой прибор химической разведки (ВПХР)	-
45	Рентгенометр ДП-5В	-
46	Робот-тренажер («Гоша-2» или «Максим-2»)	-

Кабинет «Основ композиции в рекламе»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		

1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-

Кабинет «Рисунка и живописи в рекламе»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол преподавателя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска пробковая/Доска магнитно-маркерная	-
II Технические средства		
Основное оборудование		
1	Сетевой фильтр	-
2	Интерактивный программно-аппаратный комплекс мобильный или стационарный (программное обеспечение (ПО), проектор, крепление в комплекте)	Интерактивная доска или панель (диагональ не менее 65 дюймов, сенсорный экран, специализированное программное обеспечение)
3	Компьютер учителя с периферией/ноутбук (лицензионное программное обеспечение (ПО), образовательный контент и система защиты от вредоносной информации, ПО для цифровой лаборатории, с возможностью онлайн опроса)	Компьютер или ноутбук (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб, офисный пакет программного обеспечения)
Дополнительное оборудование		
1	Документ-камера	Разрешение: 1920x1080x1080р, фокусировка: авто/ручная
2	Многофункциональное устройство/принтер	цветная печать
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Цифровые УМК	-

2	Стенд	-
3	Плакатница	-

Кабинет «Основы финансовой грамотности»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-

Кабинет «Основ бережливого производства»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-

Кабинет «Психологии в рекламе»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-

Кабинет «Истории экранных искусств»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-

2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-

Кабинет «Маркетинговых исследований»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-

Кабинет «Дизайн и макетирования рекламной продукции»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Парта ученическая	-
2	Стул на колесиках	-
3	Стол преподавателя	-
4	Стул преподавателя	-
5	Шкаф	-
Дополнительное оборудование		
	Сейф с ячейками для хранения ноутбуков	-
	Маркеры для доски	-
II Технические средства		
Основное оборудование		
	Ноутбук	Видеокарта с памятью не ниже 4Гб Оперативная память не ниже 8GB HDD (SSD) не ниже 256 Гб Интегрированное ПО: Текстовый редактор, табличный редактор, программа презентаций Программа просмотра pdf-файлов
	Мышь компьютерная	оптическая Интерфейс:USB/Wireless Разрешение dpi:1200 Тип питания:от батарейки AA

	Проектор	Не ниже 3500 люмен, Наличие настроек PAL, SECAM, NTSC, 22000:1) Возможна замена на жк панель с диагональю не ниже 65 дюймов
Дополнительное оборудование		
	Сетевой фильтр	Длина шнура:5метр Количество розеток:6шт. Максимальный ток нагрузки, А:10 Мощность нагрузки:2200вт Интерфейс USB:Нет
	Локальная сеть	Сетевой коммутатор switch, локальная сеть скорость 100 мбит/сек Допустимы в тч беспроводные решения
	МФУ	МФУ KYOCERA ECOSYS A4, цветной, двусторонняя печать
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
	Карта рекламного рынка	-
	Набор плакатов - Tilda (интерфейс)	-
	Образцы рекламных сообщений	-

Кабинет «Брендинга и бренд менеджмента»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Парта ученическая	-
2	Стул на колесиках	-
3	Стол преподавателя	-
4	Стул преподавателя	-
5	Шкаф	-
Дополнительное оборудование		
6	Сейф для хранения ноутбуков	-
7	Маркеры для доски	-
II Технические средства		
Основное оборудование		
1	Ноутбук	Видеокарта с памятью не ниже 4Гб Оперативная память не ниже 8GB HDD (SSD) не ниже 256 Гб Интегрированное ПО: Текстовый редактор, табличный редактор, программа презентаций

		Программа просмотра pdf-файлов
2	Мышь компьютерная	оптическая Интерфейс: USB/Wireless Разрешение dpi:1200 Тип питания:от батарейки AA
3	Проектор	Не ниже 3500 люмен, Наличие настроек PAL, SECAM, NTSC, (22000:1) Возможна замена на жк панель с диагональю не ниже 65 дюймов
Дополнительное оборудование		
4	Сетевой фильтр	Длина шнура:5метр Количество розеток:6шт. Максимальный ток нагрузки, А:10 Мощность нагрузки:2200вт Интерфейс USB:Нет
5	Локальная сеть	Сетевой коммутатор switch, локальная сеть скорость 100 мбит/сек Допустимы в тч беспроводные решения
6	МФУ	МФУ KYOCERA ECOSYS A4, цветной, двусторонняя печать
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Карта рекламного рынка	
2	Набор плакатов - Tilda (интерфейс)	
3	Образцы рекламных сообщений	

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-
II Технические средства		
Дополнительное оборудование		

1	Сетевой фильтр	Длина шнура:5метр Количество розеток:6шт. Максимальный ток нагрузки, А:10 Мощность нагрузки:2200вт Интерфейс USB:Нет
2	Локальная сеть	Сетевой коммутатор switch, локальная сеть скорость 100 мбит/сек Допустимы в тч беспроводные решения
3	МФУ	

6.1.2.2. Оснащение помещений, задействованных при организации самостоятельной и воспитательной работы.

Кабинет «Библиотека, читальный зал с выходом в интернет»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Основное оборудование		
1	Стол библиотекаря с ящиками для хранения/тумбой	-
2	Кресло библиотекаря	-
3	Стеллажи библиотечные	-
4	Шкаф закрытый для хранения учебного оборудования	-
5	Шкаф для газет и журналов	-
6	Стол для выдачи пособий	-
7	Шкаф для читательских формуляров	-
8	Каталожный шкаф	-
9	Стол ученический для читального зала	-
10	Стол ученический модульный для коворкинга	-
11	Стол ученический\поворотный	-
12	Кресло для чтения\места для сидения в зоне релаксирующего чтения	-
II Технические средства (при необходимости)		
Основное оборудование		
1	Сетевой фильтр	-
2	Мобильная электронная библиотека	-
3	Компьютер библиотекаря с периферией/ноутбук (лицензионное программное обеспечение (ПО), образовательный контент и система защиты от вредоносной информации, автоматизированная информационно-библиотечная система (АИБИС)	Компьютер или ноутбук (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб, офисный пакет программного обеспечения)
4	Многофункциональное устройство/принтер	цветной
III Дополнительное оборудование		
Основное оборудование		
1	Интерактивный программно-аппаратный комплекс мобильный или стационарный (интерактивная доска,	Интерактивная доска или панель (диагональ не

	проектор, крепление) с возможностью проведения онлайн-трансляций	менее 65 дюймов, сенсорный экран, специализированное программное обеспечение)
2	Тележка-хранилище ноутбуков/планшетов с системой подзарядки в комплекте с ноутбуками/планшетами (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации).	
3	Компьютер ученика (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации)	Компьютер или ноутбук (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб, офисный пакет программного обеспечения)
4	Наушники для прослушивания аудио и видеоматериалов	Накладные Bluetooth

Кабинет «Актовый зал»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Основное оборудование		
1	Стол президиума	-
2	Кресло члена президиума	-
3	Кресло для слушателей	-
II Технические средства (при необходимости)		
Основное оборудование		
4	Сетевой фильтр	-
5	Световое, аудио- и видеооборудование	-
6	Компьютер с периферией/ноутбук (лицензионное программное обеспечение (ПО), образовательный контент и система защиты от вредоносной информации, автоматизированная информационно-библиотечная система АИБС)	Компьютер или ноутбук (процессор не ниже Core i3, оперативная память объемом не менее 4 Гб, офисный пакет программного обеспечения)
7	Микрофон	
8	Интерактивный программно-аппаратный комплекс мобильный или стационарный (программное обеспечение (ПО), проектор, крепление в комплекте)	Интерактивная доска или панель (диагональ не менее 65 дюймов, сенсорный экран, специализированное программное обеспечение)

III Дополнительное оборудование		
Дополнительное оборудование		
9	Микрофонные стойки	-

6.1.2.3. Оснащение лабораторий

Лаборатория «Информационных технологий»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-
8	Стол ученический	-
9	Стул ученический	-
II Технические средства		
Основное оборудование		
10	Компьютер	Монитор от 21", многоядерный процессор от 2 ГГц, не менее 4 ГБ оперативной памяти
11	Сейф для хранения ноутбуков	-
12	Ноутбук	Видеокарта с памятью не ниже 4Гб Оперативная память не ниже 8GB HDD (SSD) не ниже 256 Гб Интегрированное ПО: Текстовый редактор, табличный редактор, программа презентаций Программа просмотра pdf-файлов
13	Мышь компьютерная	оптическая Интерфейс:USB/Wireless Разрешение dpi:1200 Тип питания:от батарейки AA
14	Проектор	Не ниже 3500 люмен, Наличие настроек PAL, SECAM, NTSC, 22000:1) Возможна замена на жк панель с диагональю не ниже 65 дюймов

Лаборатория «Цифровых коммуникационных технологий»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол учителя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф для хранения учебных пособий	-
7	Доска магнитно-маркерная	-
II Технические средства		
Основное оборудование		
1	Компьютер	Монитор от 21", многоядерный процессор от 2 ГГц, не менее 4 ГБ оперативной памяти
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Цифровые УМК	-
2	Стенд	-
3	Плакатница	-

Лаборатория «Компьютерной графики»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол компьютерные	-
2	Стулья компьютерные	-
3	Стол	-
4	Стулья	-
5	Шкафы	-
Дополнительное оборудование (лаборантская)		
1	Кондиционер	-
II Технические средства (при необходимости)		
Основное оборудование		
1	Системный блоки	Процессор AMD Ryzen 7 2700X Eight-Core Processor 3.70 GHz Оперативная память 16,0 ГБ Тип системы 64-разрядная операционная система, процессор x64
2	Мониторы	Разрешение 1024*768, 60,000 Гц 8-

		бит
3	Клавиатуры	-
4	Мышки	-
5	Смарт доска, проектор	nterwrite Dual Board Диагональ 89 Разрешение доски 75000x47500 формат 16:10
6	Эран, проектор	Epson
7	Планшеты	Wacom intus Pro A4
8	Наушники	-
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Электронный раздаточный материал	-

Лаборатория «Видеостудия»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол двухместный лабораторный ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол преподавателя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф секционный для хранения оборудования	-
7	Шкаф для хранения лабораторной посуды	-
8	Стол демонстрационный химический	-
9	Шкаф вытяжной лабораторный	-
10	Доска пробковая/Доска магнитно-маркерная	-
II Технические средства		
Основное оборудование		
1	Компьютер	Монитор от 21", многоядерный процессор от 2 ГГц, не менее 4 ГБ оперативной памяти
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Цифровые УМК	-
2	Стенд	-
3	Плакатница	-

Лаборатория «Фотостудия»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
---	---------------------------	----------------------

I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол двухместный лабораторный ученический	-
2	Стул ученический	-
3	Доска классная/Рельсовая система с классной доской	-
4	Стол преподавателя с ящиками для хранения или тумбой	-
5	Кресло преподавателя	-
6	Шкаф секционный для хранения оборудования	-
7	Шкаф для хранения лабораторной посуды	-
8	Стол демонстрационный химический	-
9	Шкаф вытяжной лабораторный	-
10	Доска пробковая/Доска магнитно-маркерная	-
II Технические средства (при необходимости)		
Основное оборудование		
1	Компьютер	Монитор от 21", многоядерный процессор от 2 ГГц, не менее 4 ГБ оперативной памяти
2	Программное обеспечение	Позволяющее работать с RAW, поддерживающее работу со слоями, 16bit, поддерживающее работу с графическими планшетами.
3	Графический планшет	размер не менее А5, распознавание силы нажатия
4	Фотокамера	Canon EOS 700D. Карта памяти +батарея.
5	Объективы	EF-28-135mm; EF-50mm
6	Фотовспышка накамерная	ведущее число не менее 25, совместимая с фотокамерой
III Специализированное оборудование, мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Фотоштатив	нагрузка до 3 кг. Область высот не ниже 75 и не выше 160 см. Возможность вертикального наклона центральной штанги. Стыковочный узел головки – 75 или 50 мм.
2	Студийный импульсный свет	Моноблоки Bowens 500 Вт с регулировкой мощности с шагом 1/10 ступени и пилотным светом с возможностью пропорциональной

		работы.
3	Софтбокс комплектный	с соответствующим моноблокам байонетом. Размер 80x100.
4	Софтбокс комплектный	с соответствующим моноблокам байонетом. Размер 60x60.
5	Зонт комбинированный комплектный	совместимый с рефлектором
6	Рефлектор для зонта комплектный	с соответствующим моноблокам байонетом
7	Соты	совместимые с рефлектором 60°
8	Рефлектор 60°	угол светового потока 60° с соответствующим моноблокам байонетом, с возможностью использования сотовых насадок.
9	Тубус	угол светового потока 15° с соответствующим моноблокам байонетом.
10	Напольная стойка	Диапазон высот от 10-60см.
11	Стойки для осветительных приборов	Диапазон высот от 115-395см.
12	Система крепления фонов	На 3 фона с системой сматывания
13	Лайт-диск	белый/золотой диаметр 1м. (можно 81 см.)
14	Стол для предметной съёмки	60x130 см, поверхность из белого матового пластика
15	Сетевой фильтр	Длинна 4 м., на 4 розетки с заземлением. 16А
16	Стол рабочий	100x100 см
17	Табурет барный	Круглый, высота 50-110 см.
18	Стул	Высота 30-50 см.
19	Комплект радиосинхронизации для вспышек	Совместимые с горячим башмаком и используемым импульсным светом.
20	Внешний картридер CF+SD	USB 2.0 или выше
21	Держатель для отражателя	Диапазон высот от 115-395см с поворотной штангой
IV Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Цифровые УМК	-
2	Стенд	-
3	Плакатница	-

6.1.2.4. Оснащение баз практик

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов,

обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

Производственная практика реализуется в организациях рекламного профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области средств массовой информации, издательство и полиграфия.

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

6.1.3. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

6.2. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы

6.2.1. Библиотечный фонд образовательной организации должен быть укомплектован печатными изданиями и (или) электронными изданиями по каждой дисциплине (модулю)

из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей) в качестве основной литературы, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль).

В случае наличия электронной информационно-образовательной среды допускается замена печатного библиотечного фонда предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

Обучающимся должен быть обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий,

к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Образовательная программа должна обеспечиваться учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям).

6.2.2. Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья должны быть обеспечены печатными и (или) электронными учебными изданиями, адаптированными при необходимости для обучения указанных обучающихся.

6.2.3. Перечень необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

№ п/п	Наименование лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	Код и наименование учебной дисциплины (модуля)
1	Photoshop	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
2	Illustrator	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
3	Bridge	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

4	Autodesk 3dsMax	<p>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p> <p>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>
5	Animate	<p>ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p> <p>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p> <p>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>
6	Premiere Pro	<p>ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p> <p>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p> <p>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>
7	Microsoft Office	<p>ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p> <p>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p> <p>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>
8	CorelDRAW	<p>ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</p>

		<p>ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p> <p>ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p> <p>ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>
--	--	---

6.3. Требования к практической подготовке обучающихся

6.3.1. Практическая подготовка при реализации образовательных программ среднего профессионального образования направлена на совершенствование модели практико-ориентированного обучения, усиление роли работодателей при подготовке квалифицированных рабочих, служащих, специалистов среднего звена путем расширения компонентов (частей) образовательных программ, предусматривающих моделирование условий, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также обеспечения условий для получения обучающимися практических навыков и компетенций, соответствующих требованиям, предъявляемым работодателями к квалификациям специалистов, рабочих.

6.3.2. Образовательная организация самостоятельно проектирует реализацию образовательной программы и ее отдельных частей (дисциплины, междисциплинарные курсы, профессиональные модули, практика и другие компоненты) в форме практической подготовки с учетом требований ФГОС СПО и специфики получаемой специальности.

6.3.3. Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики и иных видов учебной деятельности;

- предусматривает демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным;

- может включать в себя отдельные лекции, семинары, мастер-классы, которые предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

6.3.4. Образовательная деятельность в форме практической подготовки может быть организована на *любом* курсе обучения, охватывая дисциплины, профессиональные модули, все виды практики, предусмотренные учебным планом образовательной программы.

6.3.5. Практическая подготовка организуется в учебных, учебно-производственных лабораториях, мастерских, учебно-опытных хозяйствах, учебных полигонах, учебных базах практики и иных структурных подразделениях образовательной организации, а также в специально оборудованных помещениях (рабочих местах) профильных организаций

на основании договора о практической подготовке обучающихся, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

6.3.6. Результаты освоения образовательной программы (ее отдельных частей) могут быть оценены в рамках промежуточной и государственной итоговой аттестации, организованных в форме демонстрационного экзамена.

6.4. Требования к организации воспитания обучающихся

6.4.1. Воспитание обучающихся при освоении ими основной образовательной программы осуществляется на основе включаемых в настоящую образовательную программу рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы (приложение 3).

6.4.2. Рабочую программу воспитания и календарный план воспитательной работы образовательная организация разрабатывает и утверждает самостоятельно с учетом рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

6.4.3. В разработке рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы имеют право принимать участие советы обучающихся, советы родителей, представители работодателей и (или) их объединений (при их наличии).

6.5. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

6.5.1. Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности средства массовой информации, издательство и полиграфия, не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности средства массовой информации, издательство и полиграфия, в общем числе педагогических работников, реализующих программы профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25 процентов.

6.6. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

6.6.1. Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы осуществляются в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ среднего профессионального образования по профессиям (специальностям) и укрупненным группам профессий (специальностей), утверждаемые Минпросвещения России ежегодно.

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы, определенное в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», включает в себя затраты на оплату труда преподавателей и мастеров производственного обучения с учетом обеспечения уровня средней заработной платы педагогических работников за выполняемую ими учебную (преподавательскую) работу и другую работу в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики».

Раздел 7. Формирование оценочных материалов для проведения государственной итоговой аттестации

7.1. Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) является обязательной для образовательных организаций СПО. Она проводится по завершении всего курса обучения по направлению подготовки. В ходе ГИА оценивается степень соответствия сформированных компетенций выпускников требованиям ФГОС СПО.

7.2. Выпускники, освоившие программы подготовки специалистов среднего звена, сдают ГИА в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы). Требования к содержанию, объему и структуре дипломной работы образовательная организация определяет самостоятельно с учетом ПОП.

Государственная итоговая аттестация завершается присвоением квалификации специалиста среднего звена: специалист по рекламе.

7.3. Для государственной итоговой аттестации образовательной организацией разрабатывается программа государственной итоговой аттестации и оценочные материалы.

7.4. Примерные оценочные материалы для проведения ГИА включают паспорт примерных оценочных материалов, описание структуры демонстрационного экзамена, типовые задания для демонстрационного экзамена, примеры тем дипломных работ, описание процедур и условий проведения государственной итоговой аттестации, критерии оценки.

Примерные оценочные материалы для проведения ГИА приведены в приложении 4.

Приложение 1. Программы профессиональных модулей

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
«ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ПК 1.1.	Определение целевой аудитории и целевых групп.
ПК 1.2.	Проведение анализа объема рынка.
ПК 1.3.	Проведение анализа конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – определение целевой аудитории и целевых групп; – проведение анализа объема рынка; – проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> – выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; – использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; – планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; – эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; – осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; – содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; – пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; – доводить информацию заказчика до целевой аудитории; – использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; – использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; – уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании; – производить качественные аналитические исследования рынка; – производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – преобразовывать требования заказчика в бриф; – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; – составлять план действия; определять необходимые ресурсы; – владеть актуальными методами работы в профессиональной и

смежных сферах; реализовывать составленный план;

- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- определять задачи для поиска информации;
- определять необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение;
- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;
- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- определять источники финансирования;
- организовывать работу коллектива и команды;
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;
- грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе;
- соблюдать нормы экологической безопасности;
- определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;
- организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона;
- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;
- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
- кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и

	<p>планируемые);</p> <ul style="list-style-type: none"> – писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; – аудиторию различных средств рекламы; – формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; – технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования; – методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; – отраслевую терминологию; – методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; – структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; – основ маркетинга; – принципов выбора каналов коммуникации; – виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; – важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; – основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; – алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; – методы работы в профессиональной и смежных сферах; – структуру плана для решения задач; – порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; – номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; – приемы структурирования информации; – формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; – порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; – содержание актуальной нормативно-правовой документации; – современная научная и профессиональная терминология; – возможные траектории профессионального развития и

	<p>самообразования;</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы предпринимательской деятельности; – основы финансовой грамотности; – правила разработки бизнес-планов; – порядок выстраивания презентации; – психологические основы деятельности коллектива, <p>психологические особенности личности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы проектной деятельности; – особенности социального и культурного контекста; – правила оформления документов и построения устных сообщений; <p>– правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; – пути обеспечения ресурсосбережения; – принципы бережливого производства; – основные направления изменения климатических условий региона; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; <p>– основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.
--	--

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов - 222

в том числе в форме практической подготовки -182 часа

Из них на освоение МДК -150 часов

в том числе самостоятельная работа -

практики, в том числе учебная – 36 часов

производственная -36часов

Промежуточная аттестация -.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.							
				Всего	Обучение по МДК				Практики		
					В том числе				Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа				
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	
ПК.1.1, ПК.1.2, ПК.1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 1. МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	80	60	80	60	-	-	-	-	-	
ПК.1.4, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	106	86	70	30	20	-	-	36	-	
	Производственная практика	36	36							36	
	Промежуточная аттестация	-	-								
	Всего:	222	182	150	90	20	X	X	36	36	

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля «ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		80/60
МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		80/60
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	Содержание	4
	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения.	
	2. Процесс анализа целевой аудитории.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	20
	Практическое занятие 1. Определение целевого рынка	2
	Практическое занятие 2. Подбор инструмента для проведения анализа	2
	Практическое занятие 3. Определение каналов коммуникации	2
	Практическое занятие 4. Исследование потребительских предпочтений	2
	Практическое занятие 5. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей.	2
	Практическое занятие 6. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации.	2
	Практическое занятие 7. Сегментирование целевой аудитории	2
Практическое занятие 8. Определение портрета целевой аудитории	2	
Практическое занятие 9. Работа с инструментами для анализа целевой аудитории	2	
10. Проведение целостного анализа целевой аудитории	2	
Тема 1.2. Комплексное изучение рынка	Содержание учебного материала	8
	1. Роль анализа рынка для бизнеса.	
	2. Виды и методы исследований рынка.	
	3. Структура и показатели анализа рынка.	

	4. Основные этапы проведения исследования рынка.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	20
	Практическое занятие 11. Выбор целевого сегмента рынка.	2
	Практическое занятие 12. Определение проблемы организации на рынке.	2
	Практическое занятие 13. Формулирование цели и задач исследования.	2
	Практическое занятие 14. Составление плана проведения исследования рынка.	2
	Практическое занятие 15. Определение источников для сбора необходимой информации.	2
	Практическое занятие 16. Составление SWOT-анализа предприятия.	2
	Практическое занятие 17. Составление PEST-анализа предприятия.	2
	Практическое занятие 18. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка.	2
	Практическое занятие 19. Произвести расчет объема, потенциала, темп роста рынка.	2
	Практическое занятие 20. Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	2
Тема 1.3 Комплексное изучение конкурентов.	Содержание учебного материала	8
	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса.	
	2. Этапы и структура исследования конкурентов.	
	3. Методы исследования конкурентов.	
	4. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	20
	Практическое занятие 21. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции.	2
	Практическое занятие 22. Составление карты конкуренции.	2
	Практическое занятие 23. Проведение сравнительного анализа конкурентов.	2
	Практическое занятие 24. Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов.	2
	Практическое занятие 25. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов.	2
	Практическое занятие 26. Определение позиционирования всех участников на рынке.	2
	Практическое занятие 27. Оценка методов продвижения конкурентов.	2
	Практическое занятие 28. Оценка технологического уровня конкурентов.	2
Практическое занятие 29. Оценка конкурентных преимуществ/недостатков.	2	
Практическое занятие 30. Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов.	2	
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1		

<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с конспектами и со специальной литературой по маркетингу и рекламе (по параграфам и главам, указанным преподавателем). 2. Использование Интернета. 3. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций, разработанных преподавателем. 4. Самостоятельное изучение факторов покупательского поведения. 5. Составление схемы собственного поведения при совершении покупки. 6. Подготовка сообщения для практической работы по выбранному сектору рекламного рынка. 7. Выполнение анализа и сегментирования рынка. 		
Раздел 2. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		70/30
МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		70/30
Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание	20
	1. Понятие брифа, виды брифов.	
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний.	
	3. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи.	
	4. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний.	
	5. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний.	
	6. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании.	
	7. Оценка эффективности рекламных мероприятий.	
	8. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.	
	9. Виды коммуникационных каналов.	
	10. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе.	
В том числе практических занятий и лабораторных работ		30
Практическое занятие 1. Определение структуры брифа. Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф.	4	
Практическое занятие 2. Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче.	2	
Практическое занятие 3. Определение целей рекламной или коммуникационной кампании.	2	
Практическое занятие 4. Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании.	4	

	Практическое занятие 5. Определение каналов продвижения торговой марки.	2
	Практическое занятие 6. Определение перспективных каналов в интернет-среде.	2
	Практическое занятие 7. Разработка рекламных идей.	2
	Практическое занятие 8. Распределение каналов коммуникации на целевую аудиторию. Выделение целевых групп, на которые будут направлены различные мероприятия, акции.	4
	Практическое занятие 9. Определение сроков проведения рекламной или коммуникационной кампании.	2
	Практическое занятие 10. Определение предварительной оценки бюджета.	2
	Практическое занятие 11. Определение способов оценки эффективности исходя из целей кампаний.	4
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, составление развернутого плана и утверждение содержания курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата, выборки, методов и методик для практического исследования. 4. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 5. Составление конспекта курсовой работы. 6. Написание введения курсовой работы, включающее раскрытие актуальности темы, степени ее разработанности, формулировку проблемы, взятую для анализа, а также задачи, которые ставит обучающийся перед собой в ходе написания работы. 7. Написание части курсовой работы, включающей в себя теоретический материал исследования. 8. Написание части курсовой работы, включающей в себя практический материал исследования, состоящий из таблиц, схем, рисунков и диаграмм. 9. Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала. 10. Определение практической значимости результатов исследований, подтверждение расчетов экономического эффекта или разработка рекомендаций по организации и методике проведения исследований. <p>Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.</p>		*
Курсовой проект (работа)		
Тематика курсовых проектов (работ)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании. 2. Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте. 		20

3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории.
4. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей.
5. Рекламная кампания кинофильмов: влияние использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью.
6. Продвижение молодёжных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга.
7. Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере (МТС и Tele2).
8. Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов.
9. Реклама в метро: проблемы и перспективы.
10. Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях.
11. Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма.
12. Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды.
13. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда.
14. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате.
15. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории.
16. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей (18-30; 31-45) на примере.
17. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере.
18. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией.
19. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере.
20. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда.
21. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения.
22. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений.
23. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости.
24. Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России.
25. Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды.
26. Оценка эффективности рекламных мероприятий.
27. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях.
28. Классификация рекламных кампаний.
29. Понятие комплексной рекламной кампании.
30. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач.
31. Разработка и передача рекламного обращения.
32. Особенности наружной рекламы.
33. Разработка рекламной кампании товара.

<p>34. Разработка рекламной кампании услуг.</p> <p>35. Разработка рекламной кампании организации.</p> <p>36. Разработка и реализация промоакции.</p> <p>37. Разработка, проведение event мероприятия.</p>	
<p>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) (если предусмотрено, указать тематику и(или) назначение, вид (форму) организации учебной деятельности)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление плана работы. 2. Подбор методической и нормативной литературы. 3. Систематизация теоретических сведений. 4. Сбор и обработка фактических данных. 5. Работа над теоретическим разделом. 6. Анализ текущей ситуации предприятия. 7. Работа над практическим разделом. 8. Написание текста работы. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Защита курсовой работы. 	
<p>Учебная практика по модулю</p> <p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработка брифа. – проведение первичного анализа рынка. 	36
<p>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</p> <p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализ состава рынка. – проведение сегментирования на рынке. – разработка плана проведения исследований потребителей. – разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. – подготовка плана проведения рекламной кампании. 	36
Всего	222

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Маркетинговых исследований», оснащенный в соответствии с п 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Барышев А.Ф., Маркетинг, учебник, 6-е издание – М., Академия, 2019г.;
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Рекламный маркетинг, учебное пособие – М., Вузовский учебник, 2020 год;
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 431 с.
4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 383 с.
5. Филипп Котлер, Маркетинг от А до Я, «Альпина Паблишер», 2020г.

3.2.2. Основные электронные издания

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.- 233 с. — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510926>
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>

3.2.3. Дополнительные источники

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»;
2. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru;
4. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru;
5. Сайт о новостях маркетинга и рекламы Sostav.ru;
6. Интернет-издание о бизнесе, инновациях, маркетинге и технологиях
7. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России Akarussia.ru.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи</p> <p>Защита проекта</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития. 	<p>Устные выступления с Презентацией</p> <p>Защита проектов</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной</p>

	<p>деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации</p>	<p>терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 04	<p>- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.</p>	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 05	<p>- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;</p>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и</p>

	<p>- соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.</p>	<p>письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 07	<p>- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.</p>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<p>- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации</p>	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и</p>

	<p>профессиональной области</p>	<p>защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.1	<ul style="list-style-type: none"> - анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.2	<ul style="list-style-type: none"> - полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК1.3	<ul style="list-style-type: none"> - способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды. 	<p>Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты;</p> <p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения

		<p>индивидуальных домашних заданий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.4	<ul style="list-style-type: none"> - аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов. 	<p>Экспертная оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» и соответствующие ему общие компетенции, и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – Планирования системы маркетинговых коммуникаций – Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
------------------	--

Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании; - определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании; - определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании; - уметь составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании; - составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; - пользоваться профессиональным глоссарием.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> - систему маркетинговых коммуникаций; - инструменты маркетинговых коммуникаций; - методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний; - виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию; - способы и приемы коммуникации с заказчиком в процессе брифования; - систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии; - логику и структуру медиаплана; - методы и способы поиска рекламной идеи; - методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - профессиональный глоссарий.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 226 часов

в том числе в форме практической подготовки 192 часов

Из них на освоение МДК 154 часа

в том числе самостоятельная работа -

курсовая работа 20 часов

практики, в том числе учебная 36 часов

производственная 36 часов

Промежуточная аттестация -.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ПК 2.1, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	90	76	54	20	20	X	X	36	X
ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	100	100	100	80		X		X	X
ПК 2.1, ПК 2.2, ОК01-ОК05, ОК07, ОК09	Производственная практика, часов	36	<i>36</i>							36
	Промежуточная аттестация	X	<i>X</i>							
	Всего:	226	192	154	100	20	X	X	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля «ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		54/20/20
Введение в курс		2
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание	4
	1. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика	
	2. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика	
	3. Коммуникационная стратегия кампании	
	4. Бюджет и оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	
Практическое занятие. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия	2	
Практическое занятие. Создание коммуникационной стратегии предприятия	2	
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа (часть 1)	Содержание	4
	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании	
	2. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании	
	3. Создание портрета целевой аудитории	
	4. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории	
	5. Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	
Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 1)	6	
Тема 1.3. Структура и	Содержание	4

этапы создания стратегического брифа (часть 2)	1. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	
	2. Основные способы поиска рекламной идеи	
	3. Обоснование и выбор каналов коммуникации	
	4. Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании	
	5. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов ее мониторинга	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика (часть 2)	10
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Составление плана работы. 2. Подбор методической и нормативной литературы. 3. Систематизация теоретических сведений. 4. Работа над теоретическим разделом. 5. Сбор и обработка фактических данных. 6. Анализ текущей ситуации предприятия. 7. Работа над практическим разделом. 8. Написание текста работы. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Презентация и защита проекта. 		20
Курсовой проект (работа)		
Тематика курсовых проектов (работ)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые стратегии для нового продукта 2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги 3. Коммуникационная кампания для нового продукта 4. Определение и сегментация целевой аудитории 5. Система брифов стратегического планирования 6. Позиционирование и потребительский инсайт 7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка 8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры 9. Основные метрики эффективности рекламной кампании 10. Структура медиаплана и его основные показатели 		*

<ol style="list-style-type: none"> 11. Активационный план коммуникационной стратегии 12. Медиа стратегия предприятия 13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы. 14. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях. 15. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса. 16. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории. 17. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли. 18. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании. 19. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке. 20. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги. 21. Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей. 22. Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия. 23. Анализ законодательных аспектов рекламы в разных юрисдикциях и их влияние на практику. 24. Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии. 					
<p>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование выполнения курсового проекта: определение этапов, сроков и ресурсов для выполнения проекта. 2. Определение задач работы: формулирование конкретных задач и целей проекта. 3. Изучение литературных источников: поиск и анализ научных статей, книг и других источников, связанных с тематикой проекта. 4. Проведение предпроектного исследования: анализ рынка, конкурентов, потребностей целевой аудитории и другие исследования. 5. Работа над проектом (разработка коммуникационных стратегий, создание креативных концепций: разработка креативных идей и дизайна для рекламных материалов, выбор и анализ каналов коммуникации: определение наиболее эффективных каналов для доставки сообщения, бюджетирование и планирование ресурсов: оценка стоимости и планирование бюджета проекта, оценка эффективности) 6. Соблюдение этических норм и законодательства: анализ правовых ограничений и этических вопросов в рекламе. 7. Подготовка презентации проекта: создание и проведение презентации для защиты проекта. 	*				
<p>МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	100				
<p>Тема 2.1. Основные продукты работы стратега в рекламном агентстве</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; padding: 5px;">Содержание</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;">1. Стратегический/креативный бриф</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">2. Коммуникационная стратегия и ее виды</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">3. Активационный план коммуникационной стратегии</td> </tr> </tbody> </table>	Содержание	1. Стратегический/креативный бриф	2. Коммуникационная стратегия и ее виды	3. Активационный план коммуникационной стратегии
Содержание					
1. Стратегический/креативный бриф					
2. Коммуникационная стратегия и ее виды					
3. Активационный план коммуникационной стратегии					
	16				

	4. Аналитика рынка и трендов	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	40
	Практическое занятие. Стратегическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	40
Тема 2.2. Презентация продуктов работы стратега	Содержание	4
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	40
	Практическое занятие. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия	40
Тематика самостоятельной учебной работы		X
1. Индустриальные стандарты АКАР: стратегическое планирование		
2. Маркетинговые стратегии на разных рынках		
3. Определение и сегментация целевой аудитории		
4. Составление портрета целевой аудитории		
5. Структура стратегического/коммуникационного брифа		
6. Система брифов стратегического планирования		
7. Позиционирование и потребительский инсайт		
8. Основное обещание и key message		
9. Рекламная идея и методы ее поиска		
10. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры		
11. Основные метрики эффективности рекламной/коммуникационной кампании		
12. Структура медиаплана и его основные показатели		
13. Разработка или участие в реальных рекламных и коммуникационных проектах.		
Учебная практика		36
Виды работ		
1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.		
2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.		
3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.		
4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.		

<ol style="list-style-type: none"> 5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность. 8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. 11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях. 12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников. 	
<p>Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. 9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования. 	<p>36</p>
<p>Всего</p>	<p>226</p>

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513928>

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>.

3.2.2. Дополнительные источники

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год
Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)

4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-1 "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprtd.ru/>

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none">- выбор и применение способов решения профессиональных задач;- оценка эффективности и качества выполнения задач;- знание более одного способа решения профессиональной задачи;- аргументация выбора конкретного способа.	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи</p> <p>Защита проекта</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none">- экзамена, квалификационного;- экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

<p>ОК 02</p>	<p>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Устные выступления с Презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ОК 03</p>	<p>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации</p>	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

<p>ОК 04</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ОК 05</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ОК 07</p>	<ul style="list-style-type: none"> - сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса. 	<p>защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> - адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

<p>ПК 2.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> - качество анализа рынка и целевой аудитории; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
----------------------	---	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**«ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий»**

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
«ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В
СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ»**

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
ПК.3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
ПК.3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – выявления основных и второстепенных конкурентов; – проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; – проведения качественных аналитических исследований рынка; – выявления основных и второстепенных конкурентов; – планирования системы маркетинговых коммуникаций; – разработки стратегии маркетинговых коммуникаций; – выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; – структуры и базовых принципов рекламного сообщения.
------------------	---

Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – производить качественные аналитические исследования рынка; – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – преобразовывать требования заказчика в бриф; – определять ключевые цели рекламной кампании; – разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; – использовать поисковые системы интернета.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентно среды; – методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; – методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – методики рекламного планирования; – важность учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; – типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 270 часов

в том числе в форме практической подготовки 212 часов

Из них на освоение МДК 198 часов

в том числе самостоятельная работа -

практики, в том числе учебная 36 часов

производственная 36 часов

Промежуточная аттестация -.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК.3.1, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 1. МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	88	60	88	60	X	X	X	X	X
ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Раздел 2. МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	146	116	110	80	X	X		36	X
ПК.3.1, ПК.3.2, ПК.3.3, ОК.01, ОК.02, ОК.03	Производственная практика, часов <i>(если предусмотрена итоговая (концентрированная практика))</i>	36	36							36
	Промежуточная аттестация	X	X							
	Всего:	270	212	198	140	X	X	X	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

«ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет.		88/60
Тема 1.1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в интернете	Содержание	14
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	2
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	2
	3. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	2
	4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда	2
	5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	2
	6. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	2
	7. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	30
	Практическое занятие 1: Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях.	4
	Практическое занятие 2. Разработка концепции стратегии для поисковых систем.	4
	Практическое занятие 3. Разработка стратегии проведения для рекламной кампании.	4
	Практическое занятие 4. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить.	4
	Практическое занятие 5. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин) Подключить на сайт Яндекс.Метрику.	4
Практическое занятие 6. Разработать концепцию продвижения личного бренда.	2	
Практическое занятие 7. Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.	4	
Практическое занятие 8. Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.	4	

Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в интернете	Содержание	14
	1. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете.	2
	2. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в интернете.	2
	3. SEO. РСЯ. Email-маркетинг.	2
	4. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.	2
	5. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.	2
	6. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком.	2
	7. Системы управления интернет-рекламой.	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	30
	Практическое занятие 9: Создать контент стратегию для личного бренда.	4
	Практическое занятие 10. Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 11. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения.	4
	Практическое занятие 12. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	4
	Практическое занятие 13. Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом.	4
	Практическое занятие 14. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию	2
	Практическое занятие 15. Проанализировать, где лучше всего применяется email-маркетинг.	4
Практическое занятие 16. Собрать базу подписчиков при помощи email-маркетинга	4	
Раздел 2. МДК.03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.		110/80
Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа	Содержание	15
	1. Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.	3
	2. Принципы и практики реализации контекстной рекламы	2
	3. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	2
	4. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта	2
	5. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями	2
	6. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	2

	7. Алгоритмы и результаты поискового продвижения.	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	40
	1. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети «Интернет»	4
	2. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные.	4
	3. Внедрение основными инструментами для оценки эффективности рекламной кампании	4
	4. Разработка контентной составляющей для личного бренда	4
	5. Оценка эффективности продвижения рекламного агентства	4
	6. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет.	4
	7. Выбор цели для настройки. 12 категорий Вконтакте. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы.	4
	8. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации.	4
	9. Оптимизация meta-информации страницы	4
	10. Составить продающую цепочку для чат-бота	4
Тема 2.2. Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	Содержание	15
	1. Технологии привлечения посетителей на сайт	3
	2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга	2
	3. Этапы осуществления компаний.	2
	4. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.	2
	5. E-mail- и вирусный маркетинг.	2
	6. Инструменты и методы цифрового маркетинга.	2
	7. Поведенческий таргетинг, матрица потребности	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	40
	1. Разработка уникального торгового предложения	4
	2. Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов	4
	3. Визуальное оформление контента для личного бренда	4
	4. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании	4
	5. Swot анализ и Pest анализ компании	4
6. Позиционирование бренда. Платформа	4	
7. Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей	4	
8. Воронка продаж. Скрипт коммерческого предложения	4	

	9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	4
	10. Анализ трафика на веб-сайт	4
Учебная практика Виды работ		
1. Ознакомление с конструктором сайтов		36
2. Разработка графических элементов		
3. Создание концепции графического оформления		
4. Разработка структуры и схемы сайта		
5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта		
Производственная практика <i>раздела №</i> (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики)		
1. Виды работ		36
2. Создание клиентской базы для рекламного предприятия		
3. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.		
4. Изготовить рекламный и/или PR материал.		
5. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.		
6. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.		
Всего		270

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Маркетинговых исследований, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. – 352 с.

2. Алексеева, Н. В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н. В. Алексеева, Н. В. Казакова, М. В. Сазонова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2019. – № 1. – С. 8-15.

3. Богданова, С. В. Особенности интернет-маркетинга в России / С. В. Богданова // Социально-экономическое развитие региона: состояние, проблемы, перспективы : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 31 января 2019 года. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. – С. 65-69.

4. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.

5. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 269 с.

6. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.

7. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.

8. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд.. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.

9. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.

10. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и

практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

3.2.2. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru ;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprtd.ru/>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации;	Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение

	<ul style="list-style-type: none"> - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	<p>выполнения практических работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации. 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю.

		Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама» 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - участников рекламной деятельности и их функции; - классификацию рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы. 	<p>Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях;</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> экзамена, квалификационного экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

2023г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
«ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ
СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ
МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»**

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций:

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); – поиска и подбора оригинального нейма и слогана; – определения оригинальной идеи для рекламной кампании; – подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; – оформления текстовых и графических документов; – оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; – создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – использовать поисковые системы интернета – использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; – определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; – доводить информацию заказчика до ЦА; – использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; – проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; – использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; – создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; – конвертировать файлы в нужные форматы; – использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; – размещать рекламные материалы в социальных медиа; – подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; – представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; – обеспечивать качественное функционирования сайта; – писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; – создавать графические материалы рекламного характера; – находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; – разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; – составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; – создавать оригинальные, современные по стилю сайты; – разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и

	<p>информационных носителей, в том числе инфографику;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; – повышать информационную наглядность сайтов; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; – отраслевую терминологию; – требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; – важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; – программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; – возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; – виды сайтов, их возможности и варианты применения; – требования к качественному функционированию сайтов; – технические средства создания визуального контента; – возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; – структуру брифа и требования к нему; – важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 278 часов,

в том числе в форме практической подготовки 202 часов.

Из них на освоение МДК 206 часов

в том числе самостоятельная работа -

практики, в том числе учебная 36 часов

производственная 36 часов

Промежуточная аттестация -.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК.4.1, ПК.4.2, ОК 01, ОК 02, ОК04, ОК 09	МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений	99	69	90	40	20	X	X	9	
ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	143	97	116	70	X	X		27	
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	Производственная практика, часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная практика))	36	36							36
	Промежуточная аттестация	X	X							
	Всего:	278	202	206	110	20	X	X	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		90/40/20
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		20/10
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание учебного материала	10
	1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.	
	2. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.	
	3. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.	
	4. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.	
	5. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	4
Практическое занятие 2. Формирование системы корпоративной идентичности	2	
Практическое занятие 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	4	
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1		*
Раздел 2. Рекламное проектирование		36/20
Тема 2.1. Рекламное проектирование	Содержание учебного материала	6
	1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	2. Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов.	

	3. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	
	4. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10
	Практическое занятие 4. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	2
	Практическое занятие 5. Создание инсайта, разработка рекламного текста	4
	Практическое занятие 6. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	4
Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	Содержание учебного материала	6
	1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	2. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM.	
	3. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие 7. Разработка комплекса POSM	6
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	Содержание учебного материала	4
	1. Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.	
	2. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Практическое занятие 8. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	4
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2		*
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		14/10
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	2
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие 9. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	6
Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	2
	Виды транзитной рекламы	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Практическое занятие 10. Разработка комплекса транзитной рекламы	4
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3		*
Курсовой проект (работа) (для специальности если предусмотрено)		
Тематика курсовых работ:		

<ol style="list-style-type: none"> 1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств. 2. Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях. 3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия, btl акции, выставки и т.д.). 4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля. 5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля. 6. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта. 7. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде. 8. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента. 9. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции. 10. Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения. 11. Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании. 12. Разработка рекламного комплекса для торговой марки. 13. Разработка рекламного комплекса для предприятия. 14. Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории. 15. Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия. 16. Разработка рекламной кампании в онлайн среде. 17. Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов. 18. Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации. 19. Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции. 20. Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия. 21. Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде. 22. Продвижение посредством таргетированной рекламы. 23. Продвижение посредством контекстной рекламы. 24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании. 25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории. 26. Креативная концепция для создания рекламного кампании. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. 29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции. 	
<p>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) (если предусмотрено, указать тематику и(или) назначение, вид (форму) организации учебной деятельности)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы. 2. Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью. 	20

<ul style="list-style-type: none"> 3. Работа над теоретической частью. 4. Проведение анализа, определение ключевых рекламных решений. 5. Разработка эскизов графической части курсовой работы. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Описание практических разработок и проведение предварительной оценки эффективности. 8. Работа над заключительной частью. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Защита курсовой работы. 	
<p>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовой работой</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Планирование выполнения курсовой работы. 2. Определение цели и задач работы. 3. Подбор и изучение литературных источников. 4. Проведение предпроектного исследования. 5. Определение ключевых рекламных решений. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Предварительная оценка эффективности. 8. Вычитка текста, работа над ошибками. 9. Создание презентации. 10. Подготовка речи для защиты курсовой работы. 	*
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Проведение ситуационного анализа 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 	9
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Сдача проекта заказчику 	9
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	116/70
Радел 1. Основы компьютерной графики	38/22

Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	8
	1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	
	2. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).	
	3. Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом	
	4. Создание текстурных векторных кистей	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие №1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа	2
	Практическое занятие №2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей	2
	Практическое занятие №3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2
	Практическое занятие 4. Создание рекламного плаката	2
Практическое занятие №5. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	2	
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Содержание учебного материала	8
	1. Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.	
	2. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	
	3. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	
	4. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекции изображения	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	12
	Практическое занятие №6. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2
	Практическое занятие №7. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2
	Практическое занятие №8. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»	2
	Практическое занятие №9. Обработка фотографий в программе растровой графики	2
	Практическое занятие №10. Размещение объектов с учётом перспективы	2
Практическое занятие №11. Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2	
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1 Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). – Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. – Специальные эффекты в векторной среде. – Цветовая-тоновая коррекция фотографий. – Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.		*

Учебная практика		
Виды работ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Использование типографики в графическом дизайне. 2. Создание информационного плаката. 3. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. 4. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью. 		9
Производственная практика раздела 1		
Виды работ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 2. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты 		9
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.		18/12
Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фотогравирования.	Содержание учебного материала	3
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие №1. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2
	Практическое занятие №2. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2
Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала	3
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №3. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	4
	Практическое занятие №4. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	4
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Пробная фотосессия предметов. 2. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом. 3. Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам. 		

4. Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем.		
Учебная практика раздела 1 Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 2. Определение задач учебной практики. 3. Техника безопасности. 4. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 5. Составление рекламного брифа по задачам фотосъемки. 6. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 7. Проведение фотосъемки. 8. Промежуточный анализ отснятого материала. 9. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 10. Зачёт 		4
Производственная практика раздела 1 (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики) Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции: <ul style="list-style-type: none"> – выбор художественной формы реализации рекламной идеи; – создание визуального образа с рекламными функциями; – художественное конструирование рекламных продуктов по заданию. 		4
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		21/12
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	3
	1. Осуществление поиск рекламных идей.	
	2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие №5. Разработка авторского рекламного проекта.	3
	Практическое занятие №6. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	3
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Содержание учебного материала	6
	1. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств	
	2. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие №7. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	3
	Практическое занятие №8. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	3

Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. 2. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. 3. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта. 		
Учебная практика раздела № 3		5
Виды работ		
Формирование положительного имиджа бренда или персоны.		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение задач учебной практики. 2. Техника безопасности. 3. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; 4. Составление или импортное брифа по задачам фотосъемки. 5. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 6. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 7. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 8. Тестовые съемки природы для рекламной фотосессии. 9. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 10. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 11. Защита проекта. 		
Производственная практика раздела 3		5
Виды работ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. 2. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 3. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 4. Анализ рекламной деятельности предприятия. 5. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 6. Технология организации и проведения фотосопровождения. 7. Финишные визуальные работы. 		
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео		39/24
Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для	Содержание учебного материала	5
	1. Логлайн. Синописис.	
	2. Сценарий. Раскадровка.	

дальнейшего видео производство.	3. Трехактная структура повествования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №1. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	2
	Практическое занятие №2. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.	2
	Практическое занятие №3. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	4
Тема 4.2. Тритмент. Референсы	Содержание учебного материала	3
	1. Тритмент. Структура. Наполнение.	
	2. Референсы.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8
	Практическое занятие №4. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	4
	Практическое занятие №5. Научиться пользоваться ресурсами для поисков референсов	2
	Практическое занятие №6. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2
Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	Содержание учебного материала	7
	1. Основные принципы композиции кадра.	
	2. 10 принципов монтажа.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие №7. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент	4
	Практическое занятие №8. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	4
тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 4		*
Учебная практика <i>раздела №</i>		9
Виды работ 1.		
Производственная практика <i>раздела № (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики)</i>		9
Виды работ 1.		
Всего		278

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Лаборатории «цифровых коммуникационных технологий», «компьютерной графики», «видеостудия», «фотостудия» в соответствии с п. 6.1.2.3 образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2021. - 288 с.
2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2019. - 312 с.
3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 с.
4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2019. - 637 с.
5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2020. - 138 с.
6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 с.
7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2021. - 252 с.
8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.
9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 277 с.
10. Келби С., Цифровая фотография.Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт- Петербург; Киев., 2020.
11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2020.
12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 204 с.

13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662с.
14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 с.
15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.
16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.
17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 с.
18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383с.
19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 с.
20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 с.
21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 с.
22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.
23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 с.
24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 с.
25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 с.
26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 с.
27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2020.
28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2020.
29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., - М 2020.
30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2019.

3.2.3. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;

6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru";: <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru";: www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. [Просты фокусы](http://Просты_фокусы) — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. [Основы фотографии](http://Основы_фотографии) от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на [сайте журнала «Фотоиндустрия»](http://сайте_журнала_«Фотоиндустрия»).
18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
19. Уроки от Prophotos.
20. Советы от Digital Camera World.
21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
22. Photonet learning — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. Photomanual — доступно о фотографии.
24. ВАМР — уроки по мобильной фотографии
25. [Библиотека книг по фотографии](http://Библиотека_книг_по_фотографии).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<ul style="list-style-type: none"> Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения

		<p>профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<p>- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<p>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации</p>	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

<p>ОК 04</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ОК 05</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ОК 06</p>	<ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p>

		<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области. 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.1	<ul style="list-style-type: none"> - использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.2	<ul style="list-style-type: none"> - художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних</p>

	<p>технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики. 	<p>заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: <ul style="list-style-type: none"> - актуальность; степень достижения поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

Приложение 2 Программы учебных дисциплин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«СГ.01 История России»

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СГ.01 ИСТОРИЯ РОССИИ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «История России» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 02, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 02	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов;

	<p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>	<p>порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>
ОК 05	<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 06	<p>описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения</p>	<p>сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p>
ОК 09	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	38
в т.ч. в форме практической подготовки	10
в т. ч.:	
теоретическое обучение	28
лабораторные работы	10
Самостоятельная работа	*
Промежуточная аттестация	*

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
РАЗДЕЛ 1. ИСТОРИЯ РОССИИ В СИСТЕМЕ МИРОВОЙ ИСТОРИИ		4/1	
Тема 1.1. Отечественная история в системе научных дисциплин	Содержание учебного материала	3	ОК 02, ОК 03
	1. Сущность, формы, функции исторического знания. Методы и источники изучения истории. Понятие и классификация исторического источника. Отечественная историография в прошлом и настоящем: общее и особенное. Методология и теория исторической науки. Периодизации Отечественной истории. Спорные вопросы в курсе Отечественной истории. Место и роль истории в системе общественных дисциплин. История России - неотъемлемая часть всемирной истории. Античное наследие в эпоху Великого переселения народов. Проблема этногенеза восточных славян	2	ОК 05, ОК 06 ОК 09
	2. Основные этапы исторического развития человеческого общества и основные их черты, периоды в истории России и их специфика, основные исторические подходы и концепции к изучаемой дисциплине	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	1	
	Практическое занятие № 1. Выделить задачи и функции истории	1	
РАЗДЕЛ 2. ЭПОХА ДРЕВНЕЙ РУСИ. (IX – XIV ВВ.)		4/1	

Тема 2.1. Эпоха Древней Руси IX – XIV	Содержание учебного материала	3	ОК 02, ОК 03
	1. Античное наследие в эпоху Великого переселения народов. Проблема этногенеза восточных славян. Древние авторы о быте и нравах восточных славян. Повесть временных лет как основной исторический источник по древнейшей истории Руси. Основные этапы становления государственности. Образование древнерусского государства: спорные вопросы. Норманнская теория и антинорманизм. Варяжские походы на Византию и договоры с греками. Княжение Игоря, св. Ольги и Святослава. Владимир и его реформы. Крещение Руси и его значение. Древняя Русь и кочевники. Византийско-древнерусские связи. Особенности социального строя Древней Руси. Этнокультурные и социально-политические процессы становления русской государственности Деятельность Ярослава Мудрого. Русская Правда. Русь в эпоху политической раздробленности. Причины и последствия междоусобицы. Борьба с половцами. Владимир Мономах. Борьба с шведско-немецкой интервенцией. Деятельность Александра Невского. Монголо-татарское иго и борьба с ним. Куликовская битва и ее историческое значение. Русь и Орда: проблемы взаимовлияния. Россия и средневековые государства Европы, и Азии.	2	ОК 05, ОК 06 ОК 09
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	1	
	Практическое занятие № 2. Сравнение развития Руси и Западной Европы в XI – XIII в.	1	
РАЗДЕЛ 3. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВА XV – XVI ВВ.		4/2	
Тема 3.1. Московское государство: основные вехи исторического пути	Содержание учебного материала	2	ОК 02, ОК 03
	1. Специфика формирования единого российского государства. Борьба Москвы с Тверью за великое княжение. Причины и последствия усиление Московского княжества. Иван Калита. Правления Ивана III. Судебник 1496 и начало закрепощения крестьян, зарождение сословно-представительной монархии. Формирование идеологии «Москва-третий Рим». Политическая и духовная жизнь России в конце XV – конце XVI в. Внутренняя политика Ивана Грозного	1	ОК 05, ОК 06 ОК 09

	и основные реформы. Опричнина и ее последствия. Внешняя политика Московского государства во времена Ивана Грозного.		
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 3. Заполнение таблицы «Реформы в эпоху Ивана Грозного» (название реформы, время проведения, основные мероприятия, цель реформы, итоги)	1	
	Практическое занятие № 4. Составление таблицы о внешней политике России при Иване Грозном (даты, главные внешнеполитические события)	1	
РАЗДЕЛ 4. РОССИЙСКОЕ ГОСУДАРСТВО В ЭПОХУ НОВОГО ВРЕМЕНИ		4/1	
Тема 4.1. Российское государство в эпоху Нового времени	Содержание учебного материала	3	ОК 02, ОК 03
	1. Период Нового времени в истории России и его критерии: основные подходы. Политическая жизнь России в начале XVII. Усиление закрепощения крестьян. Духовная и политическая жизнь России в Смутное время. Истоки и сущность русского самозванства. Причины, этапы и последствия Смуты. Земский Собор и формирование новой династии. Внешняя и внутренняя политика России в XVII в. Церковный раскол и его последствия. Формирование сословной системы организации общества. Реформы Петра I. и их последствия. Предпосылки и особенности складывания российского абсолютизма. Дискуссии о генезисе самодержавия. Северная война. Формирование Российской империи. Основные направления внешней политики в первой половине XVIII в. Борьба за власть между различными группировками после смерти Петра I Царствование Петра II. Кондиции 1730 г. Бироновщина. Дворцовые перевороты середины века. Правление Елизаветы Петровны	2	ОК 05, ОК 06 ОК 09
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	1	

	В том числе практических и лабораторных занятий	1	
	Практическое занятие № 5. Заполнение таблицы «Реформы эпохи Петра I» (название реформы, время проведения, основные мероприятия, цель реформы, итоги)	1	
РАЗДЕЛ 5. РОССИЯ В ПЕРИОД ПРОСВЕЩЕННОГО АБСОЛЮТИЗМА		4/1	
Тема 5.1. Россия в эпоху Просвещенного абсолютизма.	Содержание учебного материала	3	ОК 02, ОК 03
	1. Социально-политическое развитие России в екатерининское время. Политика Просвещенного абсолютизма: суть, цели, основные направления. Екатерининские реформы и их последствия. Формирование и развитие движения русских просветителей. Влияние Великой Французской революции на общественную мысль России к XVIII в. Причины и основные этапы Крестьянской войны 1773 – 1775 гг. Основные направления внешней политики России в эпоху Екатерины II. Присоединение Кубани и Крыма. Политика Российской империи на С. Кавказе. Внутренняя и внешняя политика России при Павле I. (1796-1801 г.)	2	ОК 05, ОК 06 ОК 09
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	1	
	Практическое занятие № 6. Заполнение таблицы «Внешняя политика России в XVIII в.» (даты, основные внешнеполитические события, участники, итоги)	1	
РАЗДЕЛ 6. СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В.		4/1	
Тема 6.1. Социально- политическое и экономическое развитие	Содержание учебного материала	3	ОК 02, ОК 03
	1. Особенности экономического развития России в дореформенный период. Реформы Александра I. Эволюция форм собственности на землю. Крепостное право в России. Мануфактурно-промышленное производство. Становление индустриального общества в России.	2	ОК 05, ОК 06 ОК 09

Российской империи в первой половине XIX в.	и особенное. Отечественная война 1812 г. в отечественной и западной историографии. Причины, суть, последствия восстания декабристов. Правление Николая I.: внутренняя и внешняя политика. Общественная мысль и особенности общественного движения России XIX в. Реформы и реформаторы в России. Русская культура XIX века и ее вклад в мировую культуру		
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	1	
	Практическое занятие № 7. Составление сравнительного анализа реформ Александра I и Александра II.	1	
РАЗДЕЛ 7. РОССИЙСКАЯ ИМПЕРИЯ В ЭПОХУ БУРЖУАЗНЫХ РЕФОРМ И КОНТРЕФОРМ XIX В.		41	
Тема 7.1. Россия в эпоху буржуазных реформ (2 половина XIX в.)	Содержание учебного материала	3	ОК 02, ОК 03
	1. Политическое и социальное развитие России накануне Крымской войны. Крымская война и ее последствия. Причины буржуазных реформ. Основные положения реформы 19 февраля 1861 г. Земская реформа (1864 г.) Судебная реформа (1864 г.) Реформа городского самоуправления (1870 г.) Ликвидация рекрутчины и введение всеобщей воинской повинности (1874 г.) Университетские и академические (духовных школ) уставы. Итоги либеральных реформ 60-70-х гг. XIX в и их недостатки. Формирование народнического движения. Контрреформы Александра III	2	ОК 05, ОК 06 ОК 09
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	1	
	Практическое занятие № 8. Заполните Таблицу «Буржуазные реформы второй половины XIX в» (название реформы, время проведения, основные мероприятия, цель реформы, итоги)	1	

РАЗДЕЛ 8. РОССИЙСКАЯ ИМПЕРИЯ В ЭПОХУ ИМПЕРИАЛИЗМА И РУССКИХ РЕВОЛЮЦИЙ		4/1	
Тема 8.1. Российская империя в эпоху империализма и русских революций	Содержание учебного материала	3	ОК 02, ОК 03
	1. Политическая и экономическая жизнь России в конце XIX в. Общероссийская перепись 1897 г. как исторический источник. Формирование пролетариата и развитие рабочего класса. Распространение марксизма в России. С.Ю. Витте и начало хозяйственной модернизации. Место России в мировом сообществе. Русско-японская война итоги и последствия. Причины первой русской революции 1905-1907 гг. Образование политических партий. Манифест 17 октября 1905 г. Первая и вторая государственные думы. Реформы П.А. Столыпина. Третья и четвертая государственная дума. Первая мировая война. Февральская революция	2	ОК 05, ОК 06 ОК 09
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	1	
	Практическое занятие № 9. Сравнительный анализ Февральской и Октябрьской революций (дата, цель, движущая сила, участвующие партии, итоги)	1	
РАЗДЕЛ 9. СОВЕТСКИЙ И СОВРЕМЕННЫЙ ПЕРИОД В ИСТОРИИ РОССИИ		6/1	
Тема 9.1. Советский и современный период в истории России.	Содержание учебного материала	5	ОК 02, ОК 03
	1. Причины и последствия событий 25 октября 1917 г. Первые декреты Советской власти. Гражданская война и интервенция, их результаты и последствия. Российская эмиграция. Социально-экономическое развитие страны в 20-е гг. НЭП. Формирование однопартийного политического режима. Образование СССР. Культурная жизнь страны в 20-е гг. Внешняя политика. Курс на строительство социализма в одной стране и его последствия. Социально-экономические преобразования в 30-е гг. Усиление режима личной власти Сталина. Сопrotивление сталинизму. СССР накануне и в начальный период второй мировой войны. Великая Отечественная война. Социально-экономическое развитие, общественно-политическая жизнь, культура, внешняя политика СССР в послевоенные годы. Холодная война. Попытки	3	ОК 05, ОК 06 ОК 09

	<p>осуществления политических и экономических реформ. НТР и ее влияние на ход общественного развития. СССР в середине 60-80-х гг.: нарастание кризисных явлений. Советский Союз в 1985-1991 гг. Постсоветский период в истории России. Перестройка. Попытка государственного переворота 1991 г. и ее провал. Распад СССР. Беловежские соглашения. Октябрьские события 1993 г. Становление новой российской государственности (1993-1999 гг.). Россия на пути радикальной социальноэкономической модернизации. Культура в современной России. Внешнеполитическая деятельность в условиях новой геополитической ситуации. Россия в условиях современной модернизации</p>		
	<p>2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории</p>	2	
	<p>В том числе практических и лабораторных занятий</p>	1	
	<p>Практическое занятие № 10. Февральская и Октябрьская революция: сравнительный анализ. Сравнение целей и задач красного и белого движения. Почему большевикам удалось победить в гражданской войне</p>	1	
	<p>Промежуточная аттестация</p>	-	
	<p>Всего:</p>	38	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «социально-гуманитарных дисциплин», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Бугров, К. Д. История России : учебное пособие для СПО / К. Д. Бугров, С. В. Соколов. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2021. — 125 с. — ISBN 978-5-4488-1105-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/104903>

2. История России : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. О. Чураков [и др.] ; под редакцией Д. О. Чуракова, С. А. Саркисяна. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 462 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10034-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469768>

3. Крамаренко, Р. А. История России : учебное пособие для среднего профессионального образования / Р. А. Крамаренко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09199-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472455>

4. Кириллов, В. В. История России в 2 ч. Часть 1. До XX века : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Кириллов. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 352 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08565-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471503>

5. Кириллов, В. В. История России в 2 ч. Часть 2. XX век — начало XXI века : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Кириллов. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 257 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08561-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471504>

3.2.2. Дополнительные источники

1. История мировых цивилизаций : учебник и практикум для среднего профессионального образования / К. А. Соловьев [и др.] ; под редакцией К. А. Соловьева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 377 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-09936-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475414>

2. Пленков, О. Ю. Новейшая история : учебник для среднего профессионального образования / О. Ю. Пленков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 399 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00824-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471295>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
Основные этапы исторического развития человеческого общества и основные их черты, периоды в истории России и их специфику, основные исторические подходы и концепции к изучаемой дисциплине, знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	Знание основных этапов исторического развития человеческого общества и основные их черты, периоды в истории России и их специфику, основные исторические подходы и концепции к изучаемой дисциплине, знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тестирование; - устный опрос; - оценка подготовленных обучающимися сообщений, докладов, эссе, мультимедийных презентаций. <p>Итоговый контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защита подготовленных обучающимися мультимедийных презентаций по одной из предложенных тем; - компьютерный тест на знание терминологии
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
Определять причину того или иного явления, отличать причину от предпосылки, выделять как общие черты, так и специфику,	Умение определять причину того или иного явления, отличать причину от предпосылки, выделять как общие черты, так и специфику,	Оценка результатов выполнения практической работы

<p>анализировать то или иное явление, выбирать и использовать методы научного исследования, формулировать собственную научную концепцию, видеть взаимосвязь между причиной и следствием, использовать полученные знания в деятельности</p>	<p>анализировать то или иное явление, выбирать и использовать методы научного исследования, формулировать собственную научную концепцию, видеть взаимосвязь между причиной и следствием, использовать полученные знания в педагогической деятельности</p>	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p>
--	---	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«СГ.02 Иностраный язык в профессиональной деятельности»

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«СГ.02 Иностраный язык в профессиональной деятельности»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Иностраный язык в профессиональной деятельности» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02	Определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать	Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное

	<p>практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>
ОК 03	<p>Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования.</p>	<p>Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.</p>
ОК 04	<p>Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.</p>	<p>Психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности.</p>
ОК 05	<p>Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на</p>	<p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения</p>

	государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	устных сообщений
ОК 06	Описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения.	Сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.
ОК 07	Соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.	Правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности.	Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения.
ОК 09	Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности

	<p>профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	<p>произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.</p>
ПК.1.1	<p>-производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</p> <p>- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;</p> <p>- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;</p> <p>- использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;</p> <p>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;</p> <p>- уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.</p>	<p>- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;</p> <p>- аудиторию различных средств рекламы;</p> <p>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</p> <p>- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.</p>
ПК.1.2	<p>- производить качественные аналитические исследования рынка.</p>	<p>- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.</p>
ПК.1.3	<p>- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;</p> <p>- уметь организовывать и уверенно проводить</p>	<p>- отраслевую терминологию;</p> <p>- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</p> <p>- структуру и алгоритм проведения</p>

	маркетинговые исследования, определять их задачи.	исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
ПК.1.4	Преобразовывать требования заказчика в бриф	- Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
ПК.2.1	<ul style="list-style-type: none"> - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной 	<ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета

	<p>эффективности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. 	<ul style="list-style-type: none"> - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
ПК.2.2	<ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.

	<p>до ЦА;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. 	
ПК.3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. 	<ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК.3.2	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, 	<ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.

	<p>в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. 	
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

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

	<ul style="list-style-type: none"> - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. 	
ПК.4.1	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. 	<ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК.4.2	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; 	<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания

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

	оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.	
--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	38
в т.ч. в форме практической подготовки	36
в т. ч.:	
теоретическое обучение	2
практические занятия (если предусмотрено)	34
<i>Самостоятельная работа</i>	*
Промежуточная аттестация	-

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Раздел 1. Место и роль дисциплины «Английский язык в профессиональной деятельности» в подготовке специалистов по рекламе.		6/4	
Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.	Содержание учебного материала: 1. Личностные и профессиональные качества рекламиста. 2. Требования к специалисту по рекламе. 3. Специфика работы специалиста по рекламе 2. Основные принципы деятельности в отрасли Реклама.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	<i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - грамматические конструкции типичные для делового стиля.	2	
	В том числе практических занятий:	2	
	Практическое занятие № 1. Подготовка к собеседованию, составление резюме.	2	
Тема № 2 Профессии в рекламе, Место работы.	Содержание учебного материала 1. Место работы. Деловой стиль. 2. Дресс код, знакомство. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. - рассказ о себе. <i>Грамматика:</i> - грамматические конструкции типичные для делового стиля.	2	ПК.1.1

	В том числе практических занятий	2	
	Практическое занятие 2. Подготовка устного рассказа о себе, навыках и умениях, составление диалогов.	2	
Раздел 2. Реклама, Понятие о рекламе. Виды рекламы.		0/10	
Тема 1. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.	Содержание учебного материала:	4	ПК.1.1, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	1. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме. 2. Функции, классификация рекламы <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с рекламой деятельностью; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - страдательный залог --инфинитив - глаголы с окончанием -ing.		
	В том числе практических занятий:	4	
	Практическое занятие № 3. Подготовка сообщения, дискуссии, презентации "Реклама- за и против"	2	
	Практическое занятие № 4. Реклама и PR - разбор и активизация в речи терминологии.	2	
Тема 2. Виды рекламы.	Содержание учебного материала:	6	ПК.1.1, ОК 01
	1. Печатная реклама и реклама в СМИ. 2. Наружная реклама. 3. Продакт плейсмент 4. Социальная реклама <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с видами рекламы - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - условные предложения --инфинитивные обороты - глаголы с окончанием -ing.		
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 5. Анализ печатной и наружной рекламы,	2	

	составление рекламных сообщений для лифлетов и наружной рекламы.		
	Практическое занятие 6. Анализ и разбор примеров Продакт плейсмент.	2	
	Практическое занятие 7. Анализ социальной рекламы, разработка рекламных сообщений для социальной рекламы. Сравнение видов рекламы.	2	
Раздел 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.		0/10	
Тема 1. Интернет реклама. Рекламные носители в Интернете.	Содержание учебного материала:	4	ПК.1.1, ПК.1.2.
	1. Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернете. 2. Понятия: баннер, текстовый блок, байрики, interstitials, минисайты, коллажи и тд. 3. E-mail маркетинг; SMM <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с рекламой в Интернете - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - повелительное наклонение - сложные предложения - правила написания электронных писем		
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 8. Интернет как рекламное пространство. Анализ видов рекламных объявлений в Интернете.	3	
	Контрольная работа, тест	1	
Тема 2. Средства продвижения товаров и услуг	Содержание учебного материала:	6	ПК.1.2.
	1. Реклама товаров и услуг, способы продвижение товара, изучение рынка, 4P 2. Прямой маркетинг, выставки-ярмарки. 3. Брендинг, основные термины имиджевой рекламы. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с имиджевой рекламой - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i>		

	- инфинитивные обороты с предлогами -сложные предложения		
	В том числе практических занятий:	6	
	Практическое занятие № 9. Изучение способов исследования рынка. Подготовка отчета.	2	
	Практическое занятие № 10. Подготовка описания товара, поста в соц. сетях, информации для выставки, составление диалогов.	2	
	Практическое занятие № 11. Изучение особенностей имиджевой рекламы на примере разных брендов. Перевод описания товара и слоганов.	2	
Раздел 4. Рекламной кампании.		0/12	
Тема 1. Разработка рекламной кампании.	Содержание учебного материала:	6	ПК.1.2
	1. Рекламный бриф. 2. Планирование рекламной кампании, ее этапы. 3. Определение целевой аудитории. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - Лексика, используемая для написания брифов - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - условные предложения 2 и 3 типа, -сложные предложения		
	В том числе практических занятий:	6	
	Практическое занятие № 12. Чтение рекламных брифов, составление проектов брифов.	2	
	Практическое занятие № 13. Составление схемы этапов рекламной кампании.	2	
	Практическое занятие № 14. Изучение и составление портрета целевой аудитории.	2	
Тема 2. Оценка эффективности рекламной кампании	Содержание учебного материала:	6	ПК.1.2., ПК.1.3. ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	1. Анализ рынка. 2. Изучение конкурентов. 3. Оценка эффективности <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика;		

	- Лексика, используемая для написания аналитических отчетов - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - сложные предложения - согласование времен		
	В том числе практических занятий:	8	
	Практическое занятие 15 Описание компаний конкурентов по плану.	2	
	Практическое занятие 16. Изучить примеры и дополнить оценку эффективности РК.	2	
	Контрольная работа, тест	2	
Промежуточная аттестация³		-	
Всего:		38	

³ Выделяется обязательно не менее 1-2 часов на зачет и не менее 6 часов на экзамен.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Иностранного языка», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Английский язык, Голубев А.П., Балюк Н.В., М. Академия, 2020, - 336 с.;
2. Английский язык для специальности "Реклама" : учебник / Л. А. Вовси-Тиллье, М. В. Зарудная, Е. Ю. Филимонова [и др.] ; под ред. Д. Х. Годиной. — Москва : КноРус, 2023. — 192 с. — ISBN 978-5-406-10251-0. — URL:<https://book.ru/book/944925> (дата обращения: 17.04.2023). — Текст : электронный.
3. Восковская, А.С. Английский язык [Текст] : учебник для студентов образоват. учреждений среднего профессионального образования / А. С. Восковская, Т. А. Карпова. - 14-е издание, стер. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2019. - 376 с. - (Среднее профессиональное образование)
4. Маньковская, З. В. Английский язык [Электронный ресурс] : учебное пособие / З. В. Маньковская. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 200 с. - (Среднее профессиональное образование).
5. Медведева, К. О., Английский язык для специалистов по рекламе и связям с общественностью = English for advertising and public relations : учебное пособие / К. О. Медведева. — Москва : КноРус, 2023. — 178 с. — ISBN 978-5-406-10949-6. — URL:<https://book.ru/book/948842> (дата обращения: 17.04.2023). — Текст : электронный.

3.2.2. Основные электронные издания

1. www.macmillanenglish.com
2. www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish
3. www.britishcouncil.org/learning-elt-resources.htm
4. www.english-to-go.com
5. www.bbc.co.uk/videonation
6. www.bbclearning.com

3.2.3. Дополнительные источники

профильные курсы

1. Oxford Business English, For Human Resources, Pat Pledger, (B2) OUP, 2018, - 79 с,

2. Oxford Business English, For Meetings, Kenneth Thomson, (B2) OUP, 2018, - 82 с.
3. Oxford Business English, For Customer Care, Rosemary Richey, (B2) OUP, 2018, - 81 с.
4. Oxford Business English, For Sales & Purchasing, Lothar Gutjahr, Sean Mahoney, p.80, (B2) OUP, 2018, - 80 с.
- 5.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>- владение 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;</p> <p>- владение 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;</p> <p>-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;</p> <p>- сформированность умения перевода с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;</p> <p>- владение иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений,</p>	<p>- знание и понимание современной научной и профессиональной терминологии в сфере рекламы;</p> <p>- знание и понимание специфики модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранного сценария;</p> <p>- знание и понимание содержания актуальной нормативно-правовой документации;</p> <p>- умение осуществлять поиск рекламных идей;</p> <p>- умение разрабатывать авторские рекламные проекты;</p> <p>- умение составлять</p>	<p>Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>1 – на практических занятиях (при решении ситуационных задач, домашних заданий при участии в ролевых деловых играх; при подготовке и участии в собеседованиях, дискуссиях, при подготовке рефератов, докладов, компьютерных презентаций и т.д.)</p> <p>2 – при написании изложений, сочинений, аннотаций, эссе на заданную тему, перевод и резюме курсового и/или дипломного проекта)</p> <p>3 – при проведении контрольных работ, зачетов, ЕГЭ</p> <p>Используемые методы:</p> <p>- наблюдение и анализ</p> <p>- наблюдение и оценка</p> <p>- сравнение и обобщение результатов работы учащихся</p>

<p>расширения своих знаний в других предметных областях</p> <ul style="list-style-type: none"> - овладение основными видами речевой деятельности в рамках тематического содержания речи; - создание устных связных монологических высказываний (описание/характеристика), повествование/сообщение) с изложением своего мнения и краткой аргументацией объемом 14-15 фраз в рамках отобранного тематического содержания речи; - ведение разных видов диалога (в том числе комбинированный) объемом до 9 реплик; - устное представление в объеме 14-15 фраз результатов выполненной проектной работы; - передача основного содержания прочитанного текста с выражением своего отношения; - восприятие на слух и понимание звучащих до 2,5 минут аутентичных текстов, содержащих отдельные незнакомые слова и неизученные языковые явления, не препятствующие решению коммуникативной задачи, с разной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания текстов, с пониманием нужной/интересующей/ запрашиваемой информации - чтение про себя и понимание несложных аутентичных текстов разного вида, жанра и стиля объемом 600-800 слов, содержащих отдельные неизученные языковые явления, с различной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием 	<p>и оформлять тексты рекламных объявлений;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей 	
--	---	--

<p>основного содержания, с пониманием нужной/ интересующей/ запрашиваемой информации, с полным пониманием содержания;</p> <ul style="list-style-type: none"> - чтение несплошных текстов (таблицы, диаграммы, графики) и понимать представленную в них информацию - создание письменных высказываний объемом до 180 слов с опорой на план, картинку, таблицу, графики, диаграммы, прочитанный/прослушанный текст; - заполнение таблицы, кратко фиксируя содержание прочитанного/прослушанного текста или дополняя информацию в таблице; - написание электронного сообщения личного характера объемом до 140 слов, соблюдая принятый речевой этикет; - представление результатов выполненной проектной работы объемом до 180 слов - произношение слов с правильным ударением и фразы с соблюдением их ритмико-интонационных особенностей, в том числе применять правила отсутствия фразового ударения на служебных словах; - знание правил чтения и осмысленное чтение вслух аутентичных текстов объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале, с соблюдением правил чтения и интонации; - знание и владение орфографическими навыками в отношении изученного лексического 		
---	--	--

<p>материала;</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и владение пунктуационными навыками (использование запятой при перечислении, обращении и при выделении вводных слов; апостроф; точку, вопросительный и восклицательный знаки; без точки после заголовка); - знание правил оформления электронного сообщения личного характера; - знание и понимание основного значения изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основных способов словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенностей структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений; - выявление признаков изученных грамматических и лексических явлений по заданным основаниям; - знание и владение навыками употребления в устной и письменной речи не менее 1500 лексических единиц (слов, словосочетаний, речевых клише), включая 1350 лексических единиц, освоенных на уровне основного общего образования; навыками употребления родственных слов, образованных с помощью аффиксации, словосложения, конверсии; - знание и владение навыками распознавания и употребления в устной и письменной речи изученных морфологических форм и синтаксических конструкций изучаемого иностранного языка в 		
--	--	--

<p>рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание речевых различий в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи и использовать лексико-грамматические средства с учетом этих различий; - знание и соблюдение норм вежливости в межкультурном общении; - знание и владение компенсаторными умениями, позволяющими в случае сбоя коммуникации, а также в условиях дефицита языковых средств использовать различные приемы переработки информации: при говорении - переспрос; при говорении и письме - описание/ перифраз/ толкование; при чтении и аудировании – языковую и контекстуальную догадку; - знание и использование несколько вариантов решения коммуникативной задачи в продуктивных видах речевой деятельности (говорении и письменной речи); - знание и владение умениями прогнозировать трудности, которые могут возникнуть при решении коммуникативной задачи в рецептивных и продуктивных видах речевой деятельности; - участие в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и межпредметного характера с использованием материалов на изучаемом иностранном языке и применением ИКТ; - знание и соблюдение правил 		
--	--	--

<p>информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет;</p> <p>- знание и умение использовать приобретенные умения и навыки в процессе онлайн обучения иностранному языку;</p> <p>- знание и умение использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме</p>		
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</p>		
<p>- сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях;</p> <p>- достижение уровня владения иностранным языком, превышающего пороговый, достаточного для делового общения в рамках выбранного профиля;</p> <p>- 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;</p> <p>- сформированность умения перевода с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;</p> <p>- владение иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений, расширения своих знаний в других</p>	<p>владеет монологической и диалогической речью (неподготовленное общение с речевым партнером);</p> <p>- читает тексты общекультурного характера;</p> <p>- узнает в письменном и устном тексте,</p> <p>- воспроизводит и употребляет в речи лексические единицы, обслуживающие ситуации общения, в соответствии с коммуникативной задачей.</p>	<p>Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>1 – на практических занятиях (при решении ситуационных задач, домашних заданий при участии в ролевых деловых играх; при подготовке и участии в собеседованиях, дискуссиях, при подготовке рефератов, докладов, компьютерных презентаций и т.д.)</p> <p>2 – при написании изложений, сочинений, аннотаций, эссе на заданную тему, перевод и резюме курсового и/или дипломного проекта)</p> <p>3 – при проведении контрольных работ, зачетов, ЕГЭ</p> <p>Используемые методы:</p> <p>- наблюдение и анализ</p>

<p>предметных областях</p> <ul style="list-style-type: none"> - овладение основными видами речевой деятельности в рамках тематического содержания речи; - создание устных связных монологических высказываний (описание/характеристика), повествование/сообщение) с изложением своего мнения и краткой аргументацией объемом 14-15 фраз в рамках отобранного тематического содержания речи; - ведение разных видов диалога (в том числе комбинированный) объемом до 9 реплик; - передача основного содержания прочитанного текста с выражением своего отношения; - восприятие на слух и понимание звучащих до 2,5 минут аутентичных текстов, содержащих отдельные незнакомые слова и неизученные языковые явления, не препятствующие решению коммуникативной задачи, с разной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания текстов, с пониманием нужной/интересующей/ запрашиваемой информации - чтение про себя и понимание несложных аутентичных текстов разного вида, жанра и стиля объемом 600-800 слов, содержащих отдельные неизученные языковые явления, с различной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания, с пониманием нужной/ интересующей/ запрашиваемой информации, с полным пониманием содержания; 		<ul style="list-style-type: none"> - наблюдение и оценка - сравнение и обобщение результатов работы учащихся
--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> - сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях; - достижение уровня владения иностранным языком, превышающего пороговый, достаточного для делового общения в рамках выбранного профиля; - чтение несплошных текстов (таблицы, диаграммы, графики) и понимать представленную в них информацию - создание письменных высказываний объемом до 180 слов с опорой на план, картинку, таблицу, графики, диаграммы, прочитанный/прослушанный текст; - заполнение таблицы, кратко фиксируя содержание прочитанного/прослушанного текста или дополняя информацию в таблице; - написание электронного сообщения личного характера объемом до 140 слов, соблюдая принятый речевой этикет; - произношение слов с правильным ударением и фразы с соблюдением их ритмико-интонационных особенностей, в том числе применять правила отсутствия фразового ударения на служебных словах; - знание правил чтения и осмысленное чтение вслух аутентичных текстов объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале, с соблюдением правил 		
--	--	--

<p>чтения и интонации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и владение орфографическими навыками в отношении изученного лексического материала; - знание правил оформления электронного сообщения личного характера; - знание и понимание основного значения изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основных способов словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенностей структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений; - выявление признаков изученных грамматических и лексических явлений по заданным основаниям; - знание и владение навыками употребления в устной и письменной речи не менее 1500 лексических единиц (слов, словосочетаний, речевых клише), включая 1350 лексических единиц, освоенных на уровне основного общего образования; навыками употребления родственных слов, образованных с помощью аффиксации, словосложения, конверсии; - знание и владение навыками распознавания и употребления в устной и письменной речи изученных морфологических форм и синтаксических конструкций изучаемого иностранного языка в рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей; 		
---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание речевых различий в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи и использовать лексико-грамматические средства с учетом этих различий; - знание и соблюдение норм вежливости в межкультурном общении; - знание и владение компенсаторными умениями, позволяющими в случае сбоя коммуникации, а также в условиях дефицита языковых средств использовать различные приемы переработки информации: при говорении - переспрос; при говорении и письме -описание/ перифраз/ толкование; при чтении и аудировании – языковую и контекстуальную догадку; - знание и использование несколько вариантов решения коммуникативной задачи в продуктивных видах речевой деятельности (говорении и письменной речи); - знание и владение умениями прогнозировать трудности, которые могут возникнуть при решении коммуникативной задачи в рецептивных и продуктивных видах речевой деятельности; - участие в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и межпредметного характера с использованием материалов на изучаемом иностранном языке и применением ИКТ; - знание и соблюдение правил информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет; 		
---	--	--

<p>- знание и умение использовать приобретенные умения и навыки в процессе онлайн обучения иностранному языку;</p> <p>- знание и умение использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме</p>		
---	--	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«СГ.03 Безопасность жизнедеятельности»

2023г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СГ.03 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02	<p>определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;</p>	<p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации,</p>

	<p>выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p>
ОК 07	<p>соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.</p>	<p>правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий региона.</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	68
в т.ч. в форме практической подготовки	48
в т. ч.:	
теоретическое обучение	20
практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	48
<i>Самостоятельная работа</i>	*
Промежуточная аттестация	*

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Безопасность жизнедеятельности в чрезвычайных ситуациях		24/16	
Тема 1.1. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций	Содержание учебного материала	2	ОК 01
	Основные понятия в области безопасности жизнедеятельности. Предмет, цели и задачи дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Роль знаний по безопасности жизнедеятельности в профессиональной деятельности.	1	ОК 02 ОК 04 ОК 07
	Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 1.2. Способы защиты населения от оружия массового поражения	Содержание учебного материала	12/10	ОК 01
	1. Ядерное оружие и его поражающие факторы. Действия населения в очаге ядерного поражения. Химическое оружие и его характеристика. Действия населения в очаге химического поражения. Средства индивидуальной защиты населения	1	ОК 02 ОК 04 ОК 07
	2. Биологическое оружие и его характеристика. Действие населения в очаге биологического поражения. Защита населения при радиоактивном и химическом заражении местности. Средства коллективной защиты населения	1	

	В том числе практических занятий	10	
	Практическое занятие № 1. Средства индивидуальной защиты от оружия массового поражения.	2	
	Практическое занятие № 2. Отработка нормативов по надеванию противогаза.	2	
	Практическое занятие № 3. Отработка нормативов по надеванию ОЗК.	2	
	Практическое занятие № 4. Средства коллективной защиты от оружия массового поражения.	2	
	Практическое занятие № 5. Приборы радиационной и химической разведки и контроля.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 1.3. Защита населения и территорий при стихийных бедствиях	Содержание учебного материала	1	ОК 01
	Защита населения и территорий при стихийных бедствиях (землетрясениях, извержениях вулканов, ураганах, бурях, смерчах, грозах, снежных заносах, сходе лавин, метели, вьюге, селях, оползнях, наводнениях, лесных, степных и торфяных пожарах).	1	ОК 02 ОК 04 ОК 07
Тема 1.4. Защита населения и территорий при авариях (катастрофах)	Содержание учебного материала:	7/6	ОК 01
	Защита населения и территорий при авариях (катастрофах) на производственных объектах (пожароопасных, взрывоопасных, гидродинамически опасных, химически опасных, радиационноопасных); при автомобильных и железнодорожных авариях (катастрофах); при авариях (катастрофах) на воздушном и водном транспорте.	1	ОК 02 ОК 04 ОК 07

	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие № 6. Отработка порядка и правил действий при возникновении пожара	2	
	Практическое занятие № 7. Отработка порядка и правил действий при пользовании средствами пожаротушения.	2	
	Практическое занятие № 8. Отработка действий при возникновении аварии с выбросом сильнодействующих ядовитых веществ.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 1.5. Обеспечение безопасности при неблагоприятной экологической обстановке	Содержание учебного материала:	2/1	ОК 01
	1. Обеспечение безопасности при неблагоприятной экологической обстановке.	1	ОК 02
	2. Обеспечение безопасности при неблагоприятной социальной обстановке (при эпидемии, при нахождении на территории ведения боевых действий и во время общественных беспорядков, в случае захвата заложником, при обнаружении подозрительных предметов, угрозе совершения и совершённом теракте).	1	ОК 04 ОК 07
Раздел 2. Основы военной службы и медицинской подготовки		12/32	
Модуль «Основы военной службы» (для юношей)		12/32	
Тема 2.1. Основы военной безопасности Российской Федерации	Содержание учебного материала	8	ОК 01
	Нормативно-правовая база обеспечения военной безопасности Российской Федерации, функционирования ее Вооруженных Сил и военной службы граждан Организация обороны Российской Федерации	2	ОК 02 ОК 04
	В том числе практических занятий	6	ОК 07

	Практическое занятие № 9. Виды Вооруженных Сил, рода войск, история их создания, их основные задачи	2	
	Практическое занятие № 10-№11. Общая физическая и строевая подготовка	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 2.2.	Содержание учебного материала	8	ОК 01
Вооруженные Силы Российской Федерации	Русская военная сила – от княжеских дружин до ракетно-космических войск. Назначение и задачи Вооруженных Сил. Состав Вооруженных Сил. Руководство и управление Вооруженными Силами. Реформа Вооруженных Сил Российской Федерации 2008-2020 гг.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 07
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие № 12 Виды Вооруженных Сил, рода войск, история их создания, их основные задачи	2	
	Практическое занятие № 13-№14. Общая физическая и строевая подготовка	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 2.3.	Содержание учебного материала	8	ОК 01
Воинская обязанность в Российской Федерации	Понятие и сущность воинской обязанности. Воинский учет граждан. Призыв граждан на военную службу. Медицинское освидетельствование и обследование граждан при постановке их на воинский учет и при призыве на военную службу Обязательная и добровольная подготовка граждан к военной службе.	2	ОК 02 ОК 04 ОК 07
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие № 15. Обязательная подготовка граждан к военной	2	

	службе		
	Практическое занятие № 16-№17. Общая физическая и строевая подготовка	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 2.4.	Содержание учебного материала	8	ОК 01
Символы воинской чести. Боевые традиции Вооруженных Сил России	Боевое Знамя части – символ воинской чести, доблести и славы. Боевые традиции Вооруженных сил РФ. Ордена – почетные награды за воинские отличия в бою и заслуги в военной службе. Ритуалы Вооруженных Сил Российской Федерации. Патриотизм и верность воинскому долгу. Дружба, войсковое товарищество	2	ОК 02 ОК 04 ОК 07
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие № 18. Воинские звания и военная форма одежды военнослужащих Вооруженных Сил Российской Федерации	2	
	Практическое занятие № 19-№20. Общая физическая и строевая подготовка	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 2.5.	Содержание учебного материала	12	ОК 01
Организационные и правовые основы военной службы в Российской Федерации	1. Военная служба – особый вид государственной службы. Воинские должности и звания военнослужащих. Правовой статус военнослужащих. Права и обязанности военнослужащих. Социальное обеспечение военнослужащих. Начало, срок и окончание военной службы. Увольнение с военной службы	2	ОК 02 ОК 04 ОК 07
	2. Прохождение военной службы по призыву. Военная служба по контракту. Альтернативная гражданская служба	2	

	В том числе практических занятий	8	
	Практическое занятие № 21. Ответственность военнослужащих. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации	2	
	Практическое занятие № 22-№24. Общая физическая и строевая подготовка	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Модуль «Основы медицинских знаний» (для девушек)		44/32	
Тема 2.1.	Содержание учебного материала	30/24	ОК 01
Общие правила оказания первой помощи	1. Оценка состояния пострадавшего. Общая характеристика поражений организма человека от воздействия опасных факторов. Общие правила и порядок оказания первой медицинской помощи	2	ОК 02
	2. Первая помощь при различных повреждениях и состояниях организма	2	ОК 04
	3. Транспортная иммобилизация и транспортирование пострадавших при различных повреждениях	2	ОК 07
	В том числе практических занятий	24	
	Практическое занятие № 9. Общие принципы оказания первой медицинской помощи	2	
	Практическое занятие № 10. Первая помощь при отсутствии сознания, при остановке дыхания и отсутствии кровообращения (остановке сердца)	2	
	Практическое занятие №11. Кровотечения. Виды кровотечений и их характеристика. Первая помощь при кровотечениях.	2	
	Практическое занятие №12. Понятие о травматическом шоке. Фазы шока. Клинические признаки шока. Кровопотеря как основная причина	2	

	травматического шока. Профилактика травматического шока. Первая помощь при шоке на поле боя		
	Практическое занятие №13. Понятие о ранах, классификация ран и их осложнения. Первая помощь при ранениях	2	
	Практическое занятие №14. Правила наложения бинтовых повязок на голову и грудь	2	
	Практическое занятие №15. Правила наложения бинтовых повязок на живот и верхние конечности	2	
	Практическое занятие №16. Правила наложения бинтовых повязок на промежность и нижние конечности	2	
	Практическое занятие №17. Первая помощь при синдроме длительного сдавливания и закрытых повреждениях	2	
	Практическое занятие № 18. Переломы. Виды переломов и их характеристика. Первая помощь при переломах	2	
	Практическое занятие № 19. Первая помощь при ожогах и воздействии высоких температур, при воздействии низких температур	2	
	Практическое занятие № 20. Первая помощь при попадании инородных тел в верхние дыхательные пути, при отравлениях	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 2.2.	Содержание учебного материала	6/2	ОК 01
Профилактика инфекционных заболеваний	1. Из истории инфекционных болезней. Классификация инфекционных заболеваний. Общие признаки инфекционных заболеваний. Воздушно-капельные инфекции.	2	ОК 02 ОК 04

	2. Желудочно-кишечные инфекции. Пищевые отравления бактериальными токсинами. Общие принципы профилактики инфекционных заболеваний	2	ОК 07
	В том числе практических занятий	2	
	Практическое занятие № 21. Правила госпитализации инфекционных больных	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Тема 2.3.	Содержание учебного материала	8/6	ОК 01
Обеспечение здорового образа жизни	Здоровье и факторы его формирования. Здоровый образ жизни и его составляющие. Двигательная активность и здоровье. Питание и здоровье. Вредные привычки. Факторы риска. Понятие об иммунитете и его видах	2	ОК 02 ОК 04 ОК 07
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие № 22. Показатели здоровья и факторы, их определяющие	2	
	Практическое занятие № 23. Оценка физического состояния	2	
	Практическое занятие № 24. Составление индивидуальных карт здоровья с режимом дня, графиком питания с возможностью отслеживать свои показания	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	–	
Промежуточная аттестация⁴			
Всего:		68	

⁴ Выделяется обязательно не менее 1-2 часов на зачет и не менее 6 часов на экзамен.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Безопасности жизнедеятельности», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Резчиков, Е. А. Безопасность жизнедеятельности: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 639 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13550-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476255>

2. Беляков, Г. И. Охрана труда и техника безопасности: учебник для среднего профессионального образования / Г. И. Беляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 404 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00376-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469913>

3. Курбатов, В. А. Безопасность жизнедеятельности. Основы чрезвычайных ситуаций: учебное пособие для СПО / В. А. Курбатов, Ю. С. Рысин, С. Л. Яблочников. — Саратов: Профобразование, 2020. — 121 с. — ISBN 978-5-4488-0820-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/93574>

4. Михаилиди, А. М. Безопасность жизнедеятельности и охрана труда на производстве: учебное пособие для СПО / А. М. Михаилиди. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 111 с. — ISBN 978-5-4488-0964-4, 978-5-4497-0809-0. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/100492>

5. Безопасность жизнедеятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Абрамова [и др.]; под общей редакцией В. П. Соломина. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 399 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02041-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469524>

6. Каракеян, В. И. Безопасность жизнедеятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 313 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-04629-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469496>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2003 г. N 794 «О единой государственной системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций»
2. Постановление Правительства РФ от 11 ноября 2006 г. N 663 «Об утверждении Положения о призыве на военную службу граждан Российской Федерации»
3. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 1999 г. N 1441 «Об утверждении Положения о подготовке граждан Российской Федерации к военной службе»
4. Федеральный закон «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» от 21.12.1994 г. N 68-ФЗ
5. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 г. N 7-ФЗ
6. Федеральный закон «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» от 22.07.2008 г. N 123-ФЗ
7. Федеральный закон «О воинской обязанности и воинской службе» от 28.03.1998 г. N 53-ФЗ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
основы пожаробезопасности и электробезопасности; меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах; способы защиты населения от оружия массового поражения; принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России; задачи и основные мероприятия гражданской обороны	умеет определять угрозу пожарной безопасности; демонстрирует знания эффективных превентивных мер для предотвращения пожароопасных ситуаций; демонстрирует знания нормативных документов в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов, в том числе в условиях противодействия терроризму; дает характеристику различным видам потенциальных опасностей и перечисляет их последствия; формулирует задачи и основные мероприятия гражданской обороны, перечисляет способы защиты населения от оружия массового поражения	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета. Текущий контроль: - письменного/устного опроса; - тестирования; - оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, учебных исследований и т.д.)

<p>основы военной службы и обороны государства; основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО; организация и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке; область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы; основы оказания первой доврачебной помощи пострадавшим</p>	<p>владеет знаниями об организации и порядке призыва граждан на военную службу; ориентируется в видах вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО; демонстрирует знания в области анатомо-физиологических последствий воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих факторов; демонстрирует знания порядка и правил оказания первой помощи пострадавшим, в том числе при транспортировке</p>	
<p>общие характеристики поражений организма человека от воздействия опасных факторов; классификация и общие признаки инфекционных заболеваний; основы здорового образа жизни</p>	<p>демонстрирует знания общих характеристик поражений организма человека от воздействия опасных факторов; классифицирует инфекционные заболевания и формулирует их общие признаки; демонстрирует знание основ здорового образа жизни</p>	
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
<p>пользоваться первичными средствами пожаротушения; применять правила поведения в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера и при угрозе террористического акта; обеспечивать устойчивость объектов экономики; прогнозировать развитие событий и оценку последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в</p>	<p>демонстрирует умение пользоваться первичными средствами пожаротушения; формулирует правила поведения в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера и при угрозе террористического акта; демонстрирует умение применять правила поведения и ориентируется в действиях по сигналам гражданской обороны</p>	

<p>условия противодействия терроризму; применять правила поведения и действия по сигналам гражданской обороны; соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности</p>		
<p>определять виды Вооруженных Сил, рода войск; ориентироваться в воинских званиях военнослужащих Вооруженных Сил Российской Федерации; владеть общей физической и строевой подготовкой; демонстрировать основы оказания первой доврачебной помощи пострадавшим</p>	<p>определяет виды вооруженных сил, рода войск; ориентируется в воинских званиях военнослужащих вооруженных сил российской федерации; демонстрирует общую физическую и строевую подготовку, навыки обязательной подготовки к военной службе; основы оказания первой доврачебной помощи пострадавшим</p>	
<p>оказывать первую медицинскую помощь в различных ситуациях; осуществлять профилактику инфекционных заболеваний; определять показатели здоровья и оценивать физическое состояние; составлять индивидуальные карты здоровья с режимом дня, графиком питания</p>	<p>демонстрирует умение оказать первую медицинскую помощь в различных ситуациях; владеет принципами профилактики инфекционных заболеваний; определяет показатели здоровья и оценивает физическое состояние; составляет индивидуальные карты здоровья с режимом дня, графиком питания</p>	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«СГ.04 Физическая культура»

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СГ.04 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Физическая культура» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 08.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 08	использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользоваться средствами профилактики перенапряжения характерными для данной специальности	роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	78
в т.ч. в форме практической подготовки	74
в т. ч.:	
теоретическое обучение	4
практические занятия	74
Самостоятельная работа	*
Промежуточная аттестация	*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
РАЗДЕЛ 1. Научно-методические основы формирования физической культуры личности		10/6	
Тема 1.1. Общекультурное и социальное значение физической культуры. Здоровый образ жизни	Содержание учебного материала Физическая культура и спорт как социальные явления, как явления культуры. Физическая культура личности человека, физическое развитие, физическое воспитание, физическая подготовка и подготовленность, самовоспитание. Сущность и ценности физической культуры. Влияние занятий физическими упражнениями на достижение человеком жизненного успеха. Дисциплина «Физическая культура» в системе среднего профессионального образования. Социально-биологические основы физической культуры. Характеристика изменений, происходящих в организме человека под воздействием выполнения физических упражнений, в процессе регулярных занятий. Эффекты физических упражнений. Нагрузка и отдых в процессе выполнения упражнений. Характеристика некоторых состояний организма: разминка, вбрасывание, утомление, восстановление. Влияние занятий физическими упражнениями на функциональные возможности человека, умственную и физическую работоспособность, адаптационные возможности человека. Основы здорового образа и стиля жизни. Здоровье человека как ценность и как фактор достижения жизненного успеха. Совокупность факторов, определяющих состояние здоровья. Роль регулярных занятий физическими упражнениями в формировании и поддержании здоровья. Компоненты здорового образа жизни. Роль и место физической культуры и спорта в формировании здорового образа и стиля жизни. Двигательная активность человека, её влияние на основные органы и системы организма. Норма двигательной активности, гиподинамия и гипокинезия. Оценка двигательной активности человека и формирование оптимальной двигательной активности в зависимости от образа жизни человека. Формы занятий физическими упражнениями	10/6 4	ОК 08

	<p>в режиме дня и их влияние на здоровье. Коррекция индивидуальных нарушений здоровья, в том числе, возникающих в процессе профессиональной деятельности, средствами физического воспитания.</p> <p>Пропорции тела, коррекция массы тела средствами физического воспитания.</p> <p>Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;</p> <p>основы здорового образа жизни;</p> <p>условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности;</p> <p>средства профилактики перенапряжения</p>		
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	Практическое занятие № 1. Выполнение комплексов дыхательных упражнений. Выполнение комплексов утренней гимнастики. Выполнение комплексов упражнений для глаз	2	
	Практическое занятие № 2. Выполнение комплексов упражнений по формированию осанки. Выполнение комплексов упражнений при сутулости, нарушением осанки в грудном и поясничном отделах, упражнений для укрепления мышечного корсета, для укрепления мышц брюшного пресса	2	
	Практическое занятие № 3. Выполнение комплексов упражнений для снижения массы тела. Выполнение комплексов упражнений по профилактике плоскостопия	2	
РАЗДЕЛ 2. Учебно-практические основы формирования физической культуры личности		0/36	
Тема 2.1. Общая физическая подготовка	Содержание учебного материала	6	ОК 08
	Физические качества и способности человека и основы методики их воспитания. Средства, методы, принципы воспитания быстроты, силы, выносливости, гибкости, координационных способностей. Возрастная динамика развития физических качеств и способностей. Взаимосвязь в развитии физических качеств и возможности направленного воспитания отдельных качеств. Особенности физической и функциональной подготовленности. Двигательные действия. Построения, перестроения, различные виды ходьбы, комплексы общеразвивающих упражнений, в том числе, в парах, с предметами. Подвижные игры	-	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	Практическое занятие № 4-№5. Выполнение построений, перестроений, различных видов ходьбы, беговых и прыжковых упражнений, комплексов общеразвивающих упражнений, в том числе	4	

	в парах, с предметами		
	Практическое занятие № 6. Подвижные игры различной интенсивности	2	
Тема 2.2. Легкая атлетика	Содержание учебного материала	8	ОК 08
	Техника бега на короткие, средние и длинные дистанции, бега по прямой и виражу, на стадионе и пересечённой местности, Эстафетный бег. Техника спортивной ходьбы. Прыжки в длину	-	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Практическое занятие № 7. Техника бега на короткие, средние и длинные дистанции	2	
	Практическое занятие № 8. Техника бега по прямой и виражу, на стадионе и пересечённой местности.	2	
	Практическое занятие № 9. Эстафетный бег. Техника спортивной ходьбы.	2	
	Практическое занятие № 10. Прыжки в длину	2	
Тема 2.3. Спортивные игры	Содержание учебного материала	10	ОК 08
	Баскетбол Перемещения по площадке. Ведение мяча. Передачи мяча: двумя руками от груди, с отскоком от пола, одной рукой от плеча, снизу, сбоку. Ловля мяча: двумя руками на уровне груди, «высокого мяча», с отскоком от пола. Броски мяча по кольцу с места, в движении. Тактика игры в нападении. Индивидуальные действия игрока без мяча и с мячом, групповые и командные действия игроков. Тактика игры в защите в баскетболе. Групповые и командные действия игроков. Двусторонняя игра. Волейбол. Стойки в волейболе. Перемещение по площадке. Подача мяча: нижняя прямая, нижняя боковая, верхняя прямая, верхняя боковая. Приём мяча. Передачи мяча. Нападающие удары. Блокирование нападающего удара. Страховка у сетки. Расстановка игроков. Тактика игры в защите, в нападении. Индивидуальные действия игроков с мячом, без мяча. Групповые и командные действия игроков. Взаимодействие игроков. Учебная игра. Футбол. Перемещение по полю. Ведение мяча. Передачи мяча. Удары по мячу ногой, головой. Остановка мяча ногой. Приём мяча: ногой, головой. Удары по воротам. Обманные движения. Обводка соперника, отбор мяча. Тактика игры в защите, в нападении (индивидуальные, групповые, командные действия). Техника и тактика игры вратаря. Взаимодействие игроков. Учебная игра. Гандбол. Техника нападения. Перемещения и остановки игроков. Владение мячом: ловля,	-	

	<p>передача, ведение, броски. Техника защиты. Стойка защитника, перемещения, противодействия владению мячом (блокирование игрока, блокирование мяча, выбивание). Техника игры вратаря: стойка, техника защиты, техника нападения. Тактика нападения: индивидуальные, групповые, командные действия. Тактика защиты: индивидуальные, групповые, командные действия. Тактика игры вратаря. Учебная игра.</p> <p>Бадминтон.</p> <p>Способы хватки ракетки, игровые стойки, передвижения по площадке, жонглирование воланом. Удары: сверху правой и левой сторонами ракетки, удары снизу и сбоку слева и справа, подрезкой справа и слева. Подачи в бадминтоне: снизу и сбоку. Приёмы волана. Тактика игры в бадминтон.</p> <p>Особенности тактических действий спортсменов, выступающих в одиночном и парном разряде. Защитные, контратакующие и нападающие тактические действия. Тактика парных встреч: подачи, передвижения, взаимодействие игроков. Двусторонняя игра.</p> <p>Настольный теннис.</p> <p>Стойки игрока. Способы держания ракетки: горизонтальная хватка, вертикальная хватка. Передвижения: бесшажные, шаги, прыжки, рывки. Технические приёмы: подача, подрезка, срезка, накат, поставка, топ-спин, топс-удар, сеча. Тактика игры, стили игры. Тактические комбинации. Тактика одиночной и парной игры. Двусторонняя игра.</p> <p>Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения</p>		
	В том числе практических и лабораторных занятий	10	
	Практическое занятие № 11. Техника игры в баскетбол	2	
	Практическое занятие № 12. Техника игры в волейбол	2	
	Практическое занятие № 13. Техника игры в футбол	2	
	Практическое занятие № 14. Техника игры в гандбол	2	
	Практическое занятие № 15. Техника игры в бадминтон и настольный теннис	2	
Тема 2.4.	Содержание учебного материала	4	
Атлетическая гимнастика (девушки) (по выбору)	<p>Основные виды перемещений. Базовые шаги, движения руками, базовые шаги с движениями руками</p> <p>Техника выполнения движений в степ-аэробике: общая характеристика степ-аэробики, различные положения и виды платформ. Основные исходные положения. Движения</p>	-	ОК 08

	<p>ногами и руками в различных видах степ-аэробики.</p> <p>Техника выполнения движений в фитбол-аэробике: общая характеристика фитбол-аэробики, исходные положения, упражнения различной направленности. Техника выполнения движений в шейпинге: общая характеристика шейпинга, основные средства, виды упражнений.</p> <p>Техника выполнения движений в пилатесе: общая характеристика пилатеса, виды упражнений.</p> <p>Техника выполнения движений в стретчинг-аэробике: общая характеристика стретчинга, положение тела, различные позы, сокращение мышц, дыхание.</p> <p>Соединения и комбинации: линейной прогрессии, от "головы" к "хвосту", "зиг-заг", "сложения", "блок-метод".</p> <p>Методы регулирования нагрузки в ходе занятий аэробикой. Специальные комплексы развития гибкости и их использование в процессе физкультурных занятий.</p> <p>Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения</p>		
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие № 16. Техника выполнения движений в фитбол-аэробике и стретчинг-аэробике	2	
	Практическое занятие № 17. Техника выполнения движений в пилатесе	2	
<p>Тема 2.4. Атлетическая гимнастика (юноши) (по выбору)</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Особенности составления комплексов атлетической гимнастики в зависимости от решаемых задач.</p> <p>Особенности использования атлетической гимнастики как средства физической подготовки к службе в армии.</p> <p>Упражнения на блочных тренажёрах для развития основных мышечных группы.</p> <p>Упражнения со свободными весами: гантелями, штангами, бодибарами.</p> <p>Упражнения с собственным весом. Техника выполнения упражнений. Методы регулирования нагрузки: изменение веса, исходного положения упражнения, количества повторений.</p> <p>Комплексы упражнений для акцентированного развития определённых мышечных групп. Круговая тренировка. Акцентированное развитие гибкости в процессе занятий атлетической гимнастикой на основе включения специальных упражнений и их сочетаний.</p>	<p>4</p> <p>-</p>	<p>ОК 08</p>

	Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения		
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие № 16. Атлетической гимнастики как средства физической подготовки к службе в армии.	2	
	Практическое занятие № 17. Комплексы упражнений для акцентированного развития определённых мышечных групп.	2	
Тема 2.5. Лыжная подготовка	Содержание учебного материала	4	
	Лыжная подготовка (В случае отсутствия снега может быть заменена кроссовой подготовкой. В случае отсутствия условий может быть заменена конькобежной подготовкой (обучением катанию на коньках). Одновременные бесшажный, одношажный, двухшажный классический ход и попеременные лыжные ходы. Полуконьковый и коньковый ход. Передвижение по пересечённой местности. Повороты, торможения, прохождение спусков, подъемов и неровностей в лыжном спорте. Прыжки на лыжах с малого трамплина. Прохождение дистанций до 5 км (девушки), до 10 км (юноши). Катание на коньках. Посадка. Техника падений. Техника передвижения по прямой, техника передвижения по повороту. Разгон, торможение. Техника и тактика бега по дистанции. Пробегание дистанции до 500 метров. Подвижные игры на коньках. Кроссовая подготовка. Бег по стадиону. Бег по пересечённой местности до 5 км. Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения	-	ОК 08
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие № 18. Лыжная подготовка. Одновременные бесшажный, одношажный, двухшажный классический ход и попеременные лыжные ходы.	2	
	Практическое занятие № 19. Катание на коньках. Посадка. Техника падений. Техника передвижения по прямой, техника передвижения по повороту. Разгон, торможение. Подвижные игры на коньках.	2	
Тема 2.6.	Содержание учебного материала	4	ОК 08

Плавание	Плавание способами кроль на груди, кроль на спине, брасс на груди. Старты в плавании: из воды, с тумбочки. Поворот: плоский закрытый и открытый. Проплывание дистанций до 100 метров избранным способом. Прикладные способы плавания. Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения	-	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие № 20. Плавание способами кроль на груди, кроль на спине, брасс на груди. Старты в плавании: из воды, с тумбочки.	2	
	Практическое занятие № 21. Поворот: плоский закрытый и открытый. Проплывание дистанций до 100 метров избранным способом. Прикладные способы плавания.	2	
РАЗДЕЛ 3. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП)		0/32	
Тема 3.1. Сущность и содержание ППФП в достижении высоких профессиональных результатов	Содержание учебного материала	32	ОК 08
	Значение психофизической подготовки человека к профессиональной деятельности. Социально-экономическая обусловленность необходимости подготовки человека к профессиональной деятельности. Основные факторы и дополнительные факторы, определяющие конкретное содержание ППФП студентов с учётом специфики будущей профессиональной деятельности. Цели и задачи ППФП с учётом специфики будущей профессиональной деятельности. Профессиональные риски, обусловленные спецификой труда. Анализ профессиограммы. Средства, методы и методика формирования профессионально значимых двигательных умений и навыков. Средства, методы и методика формирования профессионально значимых физических и психических свойств и качеств. Средства, методы и методика формирования устойчивости к профессиональным заболеваниям. Прикладные виды спорта. Прикладные умения и навыки. Оценка эффективности ППФП. Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения		
В том числе практических и лабораторных занятий		32	

	Практическое занятие №22-№23. Разучивание, закрепление и совершенствование профессионально значимых двигательных действий	4	
	Практическое занятие №24-№.37 Формирование профессионально значимых физических качеств	28	
Промежуточная аттестация⁵		X	
Всего:		78	

⁵ Выделяется обязательно не менее 1-2 часов на зачет и не менее 6 часов на экзамен.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Спортивный зал, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Физическая культура: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Конеева [и др.]; под редакцией Е. В. Конеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 599 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13554-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475342>

2. Жданкина, Е. Ф. Физическая культура. Лыжная подготовка: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ф. Жданкина, И. М. Добрынин; под научной редакцией С. В. Новаковского. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 125 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10154-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453245>

3. Элективные курсы по физической культуре. Практическая подготовка: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Зайцев, В. Ф. Зайцева, С. Я. Луценко, Э. В. Мануйленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 227 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13379-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476678>

4. Быченков, С. В. Физическая культура : учебное пособие для СПО / С. В. Быченков, О. В. Везеницын. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 122 с. — ISBN 978-5-4486-0374-7, 978-5-4488-0195-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/77006>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Аллянов, Ю. Н. Физическая культура: учебник для среднего профессионального образования / Ю. Н. Аллянов, И. А. Письменский. — 3-е изд., испр. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02309-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471143>

2. Муллер, А. Б. Физическая культура : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Б. Муллер, Н. С. Дядичкина, Ю. А. Богаченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 424 с. — (Профессиональное образование). —

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
<p>Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;</p> <p>Основы здорового образа жизни;</p> <p>Условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности;</p> <p>Средства профилактики перенапряжения</p>	<p>Знать роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;</p> <p>основы здорового образа жизни;</p> <p>условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности;</p> <p>средства профилактики перенапряжения</p>	<p>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.</p> <p>Оценка усвоения теоретических знаний в процессе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - письменных/ устных ответов, - тестирование; <p>Оценка результатов деятельности обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на практических занятиях; - при ведении календаря самонаблюдения; - при проведении подготовленных студентом фрагментов занятий (занятий) с обоснованием целесообразности использования средств физической культуры, режимов нагрузки и отдыха;
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
<p>Использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;</p> <p>Применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной</p>	<p>Уметь использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;</p> <p>применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной</p>	<ul style="list-style-type: none"> - при тестировании в контрольных точках. <p>Лёгкая атлетика.</p> <p>Оценка:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техники выполнения двигательных действий; - самостоятельного проведения студентом фрагмента занятия с решением задачи по развитию физического качества средствами лёгкой атлетики.

<p>деятельности;</p> <p>Пользоваться средствами профилактики перенапряжения характерными для данной специальности</p>	<p>деятельности;</p> <p>пользоваться средствами профилактики перенапряжения характерными для данной специальности</p>	<p>Спортивные игры.</p> <p>Оценка:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техники базовых элементов, -техники спортивных игр, - технико-тактических действий студентов в ходе проведения контрольных соревнований по спортивным играм, -выполнения студентом функций судьи; - самостоятельного проведения студентом фрагмента занятия с решением задачи по развитию физического качества средствами спортивных игр
---	---	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«СГ.05 Основы бережливого производства»

2023г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СГ.05 ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы бережливого производства» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 04, ОК 07.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> • осуществлять профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства; • моделировать производственный процесс и строить карту потока создания ценностей; • применять ключевые инструменты анализа и решения проблем, оценивать затраты на несоответствие 	<ul style="list-style-type: none"> • принципы и концепцию бережливого производства; • основы картирования потока создания ценностей; • методы выявления, анализа и решения проблем производства; • инструменты бережливого производства; • виды потерь и методы их устранения; • современные технологии повышения эффективности • технологии внедрения улучшений
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> • организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям 	<ul style="list-style-type: none"> • технологии вовлечения персонала в процесс непрерывных улучшений
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> • применять инструменты бережливого производства; • соблюдать нормы экологической безопасности; • определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности 	<ul style="list-style-type: none"> • правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
ПК.1.1	<ul style="list-style-type: none"> • осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; • организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона. 	<ul style="list-style-type: none"> • основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; • пути обеспечения ресурсосбережения; • принципы бережливого производства;

	<ul style="list-style-type: none"> • основные направления изменения климатических условий региона.
--	---

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	38
в т.ч. в форме практической подготовки	20
в т. ч.:	
теоретическое обучение	18
практические занятия	20
<i>Самостоятельная работа</i>	-
Промежуточная аттестация	*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1 Бережливое производство: основные понятия, принципы		14/8	
Тема 1.1 Введение. Основные понятия и принципы бережливого производств	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 07, ПК 1.1
	1. Цели, задачи учебной дисциплины «Основы бережливого производства». Предпосылки формирования концепции бережливого производства (БП). Принципы и концепция системы БП. Серия ГОСТ Р «Бережливое производство». Экологическая безопасность.	2	
	2. Характеристика внешней и внутренней среды организации (предприятия). Понятие «окружающая среда организации». Факторы внешней среды, их состав и влияние на деятельность организации. Факторы внутренней среды, их состав и влияние на успешность деятельности организации (предприятия). Идеи бережливого производства в условиях современного рынка.	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие № 1. Применение принципов бережливого производства в практической деятельности.	2	
	Практическое занятие № 2. Решение задач по экологической безопасности, влиянию факторов среды и климатических изменений на деятельность	2	

	организации (предприятия).		
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с основными информационными источниками. Основные принципы БП в профессиональной деятельности.	-	
Тема 1.2 Бережливый проект. Картирование потока создания ценности. Потери и действия, добавляющие ценность	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 04, ОК 07, ПК 1.1
	Поток создания ценности. Принципы картирования процесса. Цели применения карт потоков. Виды картирования. Этапы проведения картирования. Инструменты картирования потока создания ценности. Карта целевого состояния потока создания ценности. Карта идеального состояния потока создания ценности. Карта текущего состояния потока создания ценности. Типичные ошибки при картировании	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие № 3. Выбор темы бережливого проекта для команды. Разработка паспорта проекта. Картирование потока создания ценностей по проекту.	2	
	Практическое занятие № 4. Разработка анкеты для оценки ценности результата деятельности (услуги/продукта) глазами заказчика.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Методы обследования процессов для выявления потерь. Основные этапы формирования карты потока создания ценности.	-	
Раздел 2. Реализация принципов бережливого производства в профессиональной деятельности		24/12	
Тема 2.1	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 04,

Инструменты бережливого производства	1. Инструменты БП: области применения, адаптация под вид профессиональной деятельности. Кайдзен (непрерывное улучшение). «Пять «S» (система рационализации рабочего места). Стандартизированная работа.	2	ОК 07, ПК 1.1
	2. Методика всеобщего обслуживания оборудования TPM. Методика быстрой переналадки SMED. Встроенное качество.	2	
	В том числе практических занятий	2	
	Практическое занятие № 5. Применение методов бережливого производства в выбранном студентами проекте.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Описание системы «Пять «S» в соответствии со спецификой специальности.	-	
Тема 2.2 Внедрение методов бережливого производства	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 04, ОК 07, ПК 1.1
	Модель внедрения БП. Ключевые показатели эффективности работы. Целеполагание в бережливой организации. Типичные ошибки применения методов БП.	4	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие № 6. Определение целей и способов их достижения. Подготовка вариантов решения с использованием методов БП	2	
	Практическое занятие № 7. Анализ типичных ошибок применения методов БП.	2	
Тема 2.3 Технологии вовлечения и	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 04, ОК 07, ПК 1.1
	1. Лидерство как новый тип производственных отношений. Вовлечение	2	

мотивации персонала	персонала в БП, организация работы с производственными инициативами и предложениями по улучшениям. Методы преодоления сопротивления изменениям.		
	2. Методы и способы принятия решений. Технологии мотивации и стимулирование качества. Производственная культура на рабочем месте. Квалификация персонала и обучение	2	
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие № 8. Решение ситуационных задач по теме «Лидерство. Психология управления. Методы мотивации персонала»	2	
	Практическое занятие № 9. Решение ситуационных задач по принятию решений в профессиональной деятельности.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ практик эффективного использования человеческого потенциала.	-	
Защита проектов	Практическое занятие № 10. Защита разработанных студентами проектов.	*	ОК 01, ОК 04, ОК 07, ПК 1.1
Промежуточная аттестация⁶		*	ОК 01, ОК 04, ОК 07, ПК 1.1
Всего:		38	

⁶ Выделяется обязательно не менее 1-2 часов на зачет и не менее 6 часов на экзамен.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Социально- гуманитарных дисциплин», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Вумек, Дж., Джонс Д. Бережливое производство. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2021. – 472 с. – Текст: непосредственный.
2. Зинчик Н.С., Бережливое производство: учебник/Н.С. Зинчик, О.В. Кадырова, Ю.И. Раства; под общ. ред. А.Г. Бездудной. – Москва: КноРус, 2022. – 203 с. – Текст: непосредственный.

3.2.2. Электронные издания

1. Киселев А.А., Принятие управленческих решений: учебник / А.А. Киселев. — Москва: КноРус, 2021. — 169 с. — ISBN 978-5-406-07898-3. — URL: <https://book.ru/book/938341>. — Текст: электронный.
2. Шмелёва А.Н. Методы бережливого производства: учебно-методическое пособие / А.Н. Шмелёва. — Москва: РТУ МИРЭА, 2021. — 38 с. — Текст: электронный // Лань: электрон- но-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/171543>. — Режим доступа: для авторизованных пользователей.

3.2.3. Дополнительные источники

1. Вейдер М.Т. Инструменты бережливого производства. Карманное руководство по практике применения Lean / М.Т. Вейдер. – Москва: Интеллектуальная литература, 2019. – 160 с. Текст: непосредственный.
2. Клюев А. В. Бережливое производство [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО / А. В. Клюев; под ред. И. В. Ершовой. - Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Ураль- ский федеральный университет, 2019. - 87 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: URL: <https://www.iprbookshop.ru/87789.html>.
3. Бородулин А.Л., Казарин В.В., Косарева Н.С., Серебренников С.С., Харитонов С.С. Береж- ливое производство. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2022. – 224с.: - Режим доступа: URL: Книга Бережливое производство скачать бесплатно pdf без регистрации, автор С. С. Харитонов – Fictionbook.
4. Фролов В.П. Внедрение технологий бережливого производства в управление производством и организацию рабочих мест: монография. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2022. - 77с. - Текст: непосредственный

5. ГОСТ Р 56404-2021 Бережливое производство. Требования к системам менеджмента. -Москва: Стандартинформ, 2021. — 16 с.— URL: <http://goupu-19.ru/wp-content/uploads/2021/11/gost-r-56404-2021-vzamen-56404-2015-berezhlivoe-proizvodstvo.-trabovaniya-k-sistemam-menedzhmenta.pdf>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<ul style="list-style-type: none"> ● историю, принципы и концепцию бережливого производства; ● основы картирования потока создания ценностей; ● методы выявления, анализа и решения проблем производства; ● инструменты бережливого производства; ● принципы организации взаимодействия в цепочке процесса; ● виды потерь и методы их устранения; ● современные технологии повышения эффективности; ● технологии внедрения улучшений; ● технологии вовлечения персонала в процесс непрерывных улучшений; ● основы экологической безопасности. 	<ul style="list-style-type: none"> ● демонстрирует системные знания об истории становления и развития бережливого производства; ● формулирует основные понятия бережливого производства; поясняет содержание принципов бережливого производства в соответствии с направленностью профессиональной деятельности; ● описывает основные подходы к картированию потока создания ценности ● владеет основными понятиями для картирования процесса демонстрирует системные знания о действиях, добавляющие ценности и потери; ● владеет основными методами 	<p>Тестирование. Устный опрос. Кейс-метод. Оценка решений ситуационных задач. Практические занятия. Деловые игры.</p>

	<p>выявления и анализа проблем</p> <p>формулирует перечень необходимых шагов/действий для решения проблем;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● демонстрирует системные знания об инструментах бережливого производства и областях его применения; <p>оперирует знаниями при выборе инструментов для решения производственной задачи, приводит теоретическое обоснование потенциальной пользы и рисков;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● демонстрирует знания при анализе в цепочке процесса <p>описывает последовательность организационных действий для улучшения процесса;</p> <p>демонстрирует знания по типизации производственных потерь и причинах их возникновения;</p> <p>демонстрирует системные знания о ключевые показатели эффективности бережливого производства;</p>	
--	---	--

	<p>владеет основными понятиями реинжиниринга и демонстрирует знания инструментов процесса преобразований;</p> <p>описывает основные подходы к технологии мотивации персонала, принципы и методики вовлечения персонал в процесс непрерывных улучшений;</p> <p>формулирует основные принципы экологической безопасности.</p>	
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ● осуществлять профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства; ● моделировать производственный процесс и строить карту потока создания ценностей; ● применять методы диагностики потерь и устранять потери в процессах; ● применять ключевые инструменты анализа и решения проблем, оценивать затраты на несоответствие; ● организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям; ● применять инструменты бережливого 	<ul style="list-style-type: none"> ● демонстрирует уровень внедрения принципов бережливого производства в профессиональную деятельность при решении производственных задач; ● демонстрирует навык по выявлению ценности картированию потока создания ценностей; ● выбирает средства и методы моделирования и описания процесса; <p>демонстрирует умение выявлять, диагностировать и устранять потери в процессах;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● осуществляет и 	<p>Кейс-метод Оценка решений</p> <p>ситуационных задач.</p> <p>Практические занятия.</p> <p>Деловые игры.</p>

<p>производства.</p>	<p>аргументирует выбор инструментов диагностики проблем</p> <ul style="list-style-type: none"> ● оценивает «цену» производственной ошибки и определяет возможность для корректирующих действий; ● предлагает алгоритм решения с учетом имеющихся ресурсов и ограничений; ● демонстрирует умение организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям; ● демонстрирует умение выбора и применения инструментов бережливого производства в заданных производственных условиях. 	
----------------------	---	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«СГ.06 Основы финансовой грамотности»

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СГ.06 ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы финансовой грамотности» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 05, ОК 06.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК02	<p>определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска;</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать</p>	<p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>

	современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
ОК05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК06	описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения	сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ПК.2.2	<ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной

	<ul style="list-style-type: none"> - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. 	идеи для рекламной кампании.
--	---	------------------------------

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	36
в т.ч. в форме практической подготовки	20
в т. ч.:	
теоретическое обучение	16
практические занятия	20
<i>Самостоятельная работа</i>	-
Промежуточная аттестация	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Экономические явления и процессы общественной жизни. Доходы и расходы.		16	
Тема 1. Экономика и экономические явления в жизни человека.	Содержание учебного материала	4	ОК01, ОК, 02, ОК05, ОК06
	Экономические потребности и блага. Ресурсы и факторы производства. Основы экономического поведения. Рыночный механизм спрос и предложение.	4	
Тема 2. Личный бюджет и финансовое планирование.	Содержание учебного материала	4	ОК01, ОК02, ОК03
	Виды доходов. Возможность увеличения активных и пассивных доходов. Виды расходов. Эмоциональные и финансовые цели. Расчеты и платежи.	2	
	В том числе практических занятий	2	
	Практическое занятие 1. Поиск траектории достижения финансовой цели.	2	
Тема 3. Сбережения и рационально сберегательное поведение.	Содержание учебного материала	2	ОК01, ОК02, ОК03
	Критерии отличий сбережений от инвестиций. Банковский вклад. Система «Маркетплейс».	2	

Тема 4. Права и обязанности налогоплательщика.	Содержание учебного материала	6	ОК01, ОК02, ОК03, ОК05, ОК06
	Виды налогов. Бюджет государства. Налоговые льготы. Стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 2. Расчет налога со вклада	2	
	Практическое занятие 3. Составление памятки правовой основы антикоррупционных стандартов	2	
Раздел 2. Финансовые инструменты для развития бизнеса		20	
Тема 5. Принципы рационального кредитного поведения и инструменты инвестирования.	Содержание учебного материала	6	ОК01, ОК02, ОК03, ОК05, ОК06
	Роль заёмных средств в финансовом планировании. Понятие ценных бумаг. Финансовые посредники и инфраструктура финансового рынка. Альтернативные инвестиции. Виды кредитов и займов. Риски кредитования.	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 4. Определение кредитного риска.	2	
	Практическое занятие 5. Расчёт размеров выплат по процентным ставкам кредитования.	2	
Тема 6. Бизнес-план. Государственная поддержка предпринимательства.	Содержание учебного материала	8	ОК01, ОК02, ОК03, ОК05, ОК06 ПК.2.2
	Формы образования и жизненный цикл бизнеса. Структура бизнес-плана. Общие принципы государственной поддержки малого и среднего бизнеса.	2	

	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 6. Деловая игра: «Бизнес-идея и её инвестиционная привлекательность»	2	
	Практическое занятие 7. Разработка структуры маркетингового плана как приоритетной составляющей при бизнес-планировании	4	
Тема 7. Ключевые показатели эффективности рекламной кампании.	Содержание учебного материала	6	ОК01, ОК02, ОК03, ОК05, ОК06, ПК.2.2
	Основные метрики при медиапланировании. Рекламный бюджет: понятие, методы формирования. Бриф.	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 8. Составление медиа-плана в рамках рекламного бюджета в соответствии с брифом.	4	
Самостоятельная работа обучающихся		*	
Промежуточная аттестация		*	
Всего:		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Основы финансовой грамотности», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Гарнов, А. П., Основы финансовой грамотности: учебное пособие / А. П. Гарнов. — Москва: Русайнс, 2022.
2. Грибов, В. Д., Экономика организации (предприятия): учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко. — Москва: КноРус, 2023.
3. Зубко, Н. М., Экономика: учебник / Н. М. Зубко, А. Н. Каллаур. — Москва: КноРус, 2023.
4. Розанова, Н. М., Современная экономика: микроэкономический аспект: учебник / Н. М. Розанова. — Москва: КноРус, 2023.
5. Шимко, П. Д., Основы экономики: учебник / П. Д. Шимко. — Москва: КноРус, 2023.
6. Шитов, В. Н., Основы финансовой грамотности: учебное пособие / В. Н. Шитов. — Москва: КноРус, 2023.

3.2.2. Основные электронные издания

1. Фрицлер, А. В. Основы финансовой грамотности: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.
2. Фрицлер, А. В. Финансовая грамотность: 10—11 классы: учебник для среднего общего образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.

3.2.3. Дополнительные источники

1. <https://nalog-nalog.ru> – бухгалтерские новости и статьи
2. <https://npsberbanka.ru> – НПФ «Сбербанк»
3. <http://tpprf.ru/ru> – Торгово-промышленная палата Российской Федерации
4. <http://unionsrussia.ru> – Союз профсоюзов России
5. www.banki.ru – финансовый информационный портал
6. www.cbr.ru – Центральный банк Российской Федерации
7. www.ffoms.ru – Федеральный фонд ОМС

8. www.fmc.hse.ru – Федеральный методический центр по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования
9. www.fnpr.ru – Федерация независимых профсоюзов России
10. www.gks.ru – Федеральная служба государственной статистики
11. www.nalog.ru/m77 – Федеральная налоговая служба (ФНС России)
12. www.nalogkodeks.ru – журнал «Налоговая политика и практика»
13. www.pfrf.r – Пенсионный фонд Российской Федерации.
14. www.sberbank.ru – ПАО «Сбербанк России»
15. www.siora.ru – Российское агентство поддержки малого и среднего бизнеса
16. www.vtbnpf.ru – НПФ «ВТБ Пенсионный фонд»
17. Вашифинансы.рф – Проект Минфина России «Дружи с финансами»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<ul style="list-style-type: none"> - знание актуального профессионального и социального контекста, в котором приходится работать и жить; - знание основных источников информации и ресурсов для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - знание алгоритмов выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методов работы в профессиональной и смежных сферах; - знание структуры плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности. 	<p style="text-align: center;">Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся при опросе по темам дисциплины, защиты презентаций, рефератов, докладов, ответов обучающихся.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - знание номенклатуры информационных источников, применяемых в профессиональной 	<p style="text-align: center;">Использовать современные средства поиска.</p>	

деятельности; формат оформления результатов поиска информации.		
<ul style="list-style-type: none"> - знание содержания актуальной нормативно-правовой документации; современной научной и профессиональной терминологии; - знание возможных траекторий профессионального развития и самообразования; - знание основ предпринимательской деятельности; - знание правил разработки бизнес-планов; - знание порядка выстраивания презентации; - знание кредитных банковских продуктов. 	Использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	
- знание особенности социального и культурного контекста	Осуществлять правила оформления документов и построения устных сообщений.	
<ul style="list-style-type: none"> - знание сущности гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; - знание стандартов антикоррупционного поведения и последствия его нарушения. 	Применять стандарты антикоррупционного поведения.	
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<ul style="list-style-type: none"> - уметь распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для 	Выбор способа решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы и оценка результатов выполнения практической работы.

<p>решения задачи и/или проблемы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь составлять план действия; определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 		
<ul style="list-style-type: none"> - уметь определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; - уметь выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; - уметь оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - уметь использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	<p>Выполнение анализа и интерпретации информации, выбор информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - уметь определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; - уметь выявлять достоинства 	<p>Презентация бизнес-идеи и определение источника финансирования</p>	

<p>и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план;</p> <p>- уметь рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности.</p>		
<p>- уметь грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.</p>	<p>Выполнение работ в соответствии с установленными регламентами с соблюдением правил безопасности труда, санитарными нормами.</p>	
<p>- уметь описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения.</p>	<p>Применение стандартов антикоррупционного поведения.</p>	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе»

2023г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК.04, ОК.05, ОК.09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

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

	<p>выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>
ОК.03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>
ОК.04	<p>организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p>
ОК.05	<p>грамотно излагать свои мысли и</p>	<p>особенности социального и</p>

	оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК.09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК.3.2	<ul style="list-style-type: none"> - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет 	<ul style="list-style-type: none"> - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций

ПК.4.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. 	<ul style="list-style-type: none"> - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК.4.2	<ul style="list-style-type: none"> определять оригинальность идеи для рекламной кампании; - подбирать и использовать визуальные идеи фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	56
в т.ч. в форме практической подготовки	46
в т. ч.:	
теоретическое обучение	10
практические занятия	46
Промежуточная аттестация	*

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Раздел 1. Композиция в рекламе		22	
Тема 1.1 Гармония цвета.	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.3.2, ПК.4.1, ПК.4.2.</i>
	Виды композиций. Композиционные приемы и правила размещения рекламного контента на различных рекламных носителях. (основные композиционные приемы, текст как элемент композиции, текстуры фактуры.)	2	
	Приемы ассоциативной композиции в рекламе.		
	В том числе практических занятий	6	
	практическая работа №1 Выполнение рекламных постеров с применением классических приемов композиции	4	
практическая работа №2 Выполнение рекламного постера с применением ассоциативной композиции с сюжетной направленностью"	2		
Тема 1.2 Форма и контрформа.	Содержание учебного материала:	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.3.2, ПК.4.1, ПК.4.2.</i>
	Форма и контрформа. Оптическая иллюзия, оптические компенсация Пропорции, масштабность, формат.	2	
	Модуль и модульность: модульная сетка, паттерн, мудборд		
	В том числе практических занятий	12	
практическая работа №3 Выполнение упражнения по компенсации черного на	2		

	белом и белого на черном – «выворотка»		
	практическая работа № 4. Выполнение упражнения на формирование системы пропорций в тексте.	6	
	практическая работа № 5. Выполнение шрифтового паттерна	2	
	практическая работа № 6. Составление мудборда на заданную тему с предварительным построением модульной сетки.	2	
Раздел 2. Рисунок в рекламе		22	
Тема 2.1 Скетч, набросок, эскиз	Содержание учебного материала:	2	<i>OK 01,OK 02,OK 05,OK 06,OK 09, ПК.3.2, ПК.4.1, ПК.4.2.</i>
	Скетч, набросок, эскиз	2	
	В том числе практических занятий	8	
	практическая работа № 7 Выполнение быстрых композиций на заданную тему в скетче	8	
Тема 2.2 Виды стилизации изображения, процесс упрощения.	Содержание учебного материала:	2	<i>OK 01,OK 02,OK 05,OK 06,OK 09, ПК.3.2, ПК.4.1, ПК.4.2.</i>
	Виды стилизации изображения, процесс упрощения.	2	
	В том числе практических занятий	10	
	практическая работа № 8. Выполнение стилизации изображения предмета или животного, создание графического паттерна.	10	
Раздел 3 Живопись в рекламе		12	

Тема.3.1. Гармония цвета.	Содержание учебного материала:	<i>2</i>	<i>ОК 01,ОК 02,ОК 05,ОК 06,ОК 09, ПК.3.2, ПК.4.1, ПК.4.2.</i>
	Круг Иттена. Гармония цвета. Психология восприятия и выбор цвета для определенной тематики рекламного проекта. Цветовое решение в рекламе.	<i>2</i>	
	В том числе практических занятий	<i>10</i>	
	практическая работа №9 Выполнение цифрового цветного рекламного постера на заданную тему с применением приемов гармонии цвета.	<i>10</i>	
зачет	Просмотр		
Промежуточная аттестация			
Всего:		<i>56</i>	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 164 с. —
2. Барышников, А. П. Основы композиции / А. П. Барышников, И. В. Лямин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 196 с.
3. Дубровин, В. М. Основы изобразительного искусства. Композиция : учебное пособие для вузов / В. М. Дубровин ; под научной редакцией В. В. Корешкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 360 с. —
4. Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для вузов / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 122 с. —
5. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.
6. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с.
7. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика : учебное пособие для вузов / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян ; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 116 с.

3.2.2. Основные электронные издания

1. <https://urait.ru/>

3.2.3. Дополнительные источники

1. <https://rosdesign.com/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>знать: основы композиции для создания рекламных визуальных образов, технику выполнения быстрого рисунка- скейч, приемы стилизации изображения, гармонию цвета</p>	<p>использовать композиционные приемы в работе над визуальными образами, технику выполнения быстрого рисунка- скейч, приемы стилизации изображения, гармонию цвета</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы</p> <p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>итоговый просмотр</p>
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>уметь:</p> <p>применять правила композиции для создания рекламных визуальных образов, выполнять быстрые рисунки для изображения идеи и композиции, упрощать изображения, выбирать цветовое решение</p>	<p>выбирать композиционные приемы для работы над визуальными образами, выполнять быстрые рисунки для изображения идеи и композиции в работе с рекламными носителями, упрощать изображения для использования стилизации в разработке знаков, выбирать аргументированное цветовое решение</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы</p> <p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>итоговый просмотр</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности»

2023г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ
«ОП.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

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

	информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на	правила построения простых и сложных предложений на

	<p>известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	<p>профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет 	<ul style="list-style-type: none"> - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;

	<p>форматы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; 	
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; 	<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	88
в т.ч. в форме практической подготовки	82
в т. ч.:	
теоретическое обучение	6
практические занятия	82
Промежуточная аттестация	*

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Раздел 1. Знакомство с основным программным обеспечением ПК		20/18	
Тема 1.1	Содержание учебного материала	20/18	ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК.04, ОК.05. ПК.3.3
Знакомство с основным программным обеспечением ПК	Правила техники безопасности и санитарные нормы при работе в компьютерном классе.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	18	
	Практическое занятие №1 Краткое знакомство с аппаратным обеспечением ПК. Основные клавиши Windows	2	
	Практическое занятие №2 Особенности работы в Microsoft Word в профессиональной деятельности	4	
	Практическое занятие №3 Правила форматирования текстовых документов по ГОСТ. Создание оглавления	2	
	Практическое занятие №4 Особенности работы в Microsoft Excel в профессиональной деятельности	4	
	Практическое занятие №5 Особенности работы в Microsoft Power Point в профессиональной деятельности	6	

	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 2 Векторная графика в Adobe Illustrator		68/64	
Тема 2.1	Содержание учебного материала	68/64	ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК.04, ОК.05, ОК.09, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3
Векторная графика в Adobe Illustrator	1. Виды Компьютерной графики. Интерфейс программы Adobe Illustrator.	2	
	2. Настройки программы Adobe Illustrator. Размеры монтажных областей.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	64	
	Практическое занятие №6 Инструменты создания и трансформации простых объектов. Графические примитивы.	2	
	Практическое занятие №7 Инструменты рисования и заливки. Работа с цветовой палитрой.	2	
	Практическое занятие №8 Преобразование объекта в кривые. Работа с опорными точками.	2	
	Практическое занятие №9 Создание объектов при помощи инструмента Pen (Перо)	4	
	Практическое занятие №10 Создание объектов при помощи инструмента Кривизна.	4	
	Практическое занятие №11 Работа с палитрой Слои. Создание многослойного изображения.	2	
	Практическое занятие №12 Работа с палитрой Образцы. Работа с библиотеками цветов. Создание новых образцов.	2	
	Практическое занятие №13 Работа с цветовым кругом Adobe Color. Подбор правильных цветовых сочетаний.	2	

Практическое занятие №14 Работа с палитрой Градиент и инструментом Градиент. Создание собственных градиентных заливок.	2
Практическое занятие №15 Работа с палитрой Оформление. Создание множественных заливок и обводок.	2
Практическое занятие №16 Группировка и Комбинирование объектов, работа с палитрой Обработка контуров (Pathfinder).	2
Практическое занятие №17 Работа с инструментом Сетка перспективы	2
Практическое занятие №18 Работа с объектами 3D	2
Практическое занятие №19 Работа с палитрой символы	2
Практическое занятие №20 Работа с инструментом Создание фигур.	2
Практическое занятие №21 Работа с инструментом Быстрая заливка	2
Практическое занятие №22 Подключение и настройка графического планшета	2
Практическое занятие №23 Работа с инструментом с инструментом Карандаш, Сглаживание, Кисть - клякса.	4
Практическое занятие №24 Работа с инструментами Карандаш, Сглаживание и Ширина	2
Практическое занятие №25 Работа с Объектными кистями	2
Практическое занятие №26 Создание своей объектной кисти	2
Практическое занятие №27 Работа с дискретными кистями	2
Практическое занятие №28 Работа с инструментом Сетчатый градиент	4

	Практическое занятие №29 Создание многослойных изображений и использованием настроек прозрачности	4	
	Практическое занятие №30 Выполнение итогового задания	4	
	Практическое занятие №31 Просмотр итоговых работ. Подведение итогов.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	*	
Промежуточная аттестация⁷		*	
Всего:		88	

⁷ Выделяется обязательно не менее 1-2 часов на зачет и не менее 6 часов на экзамен.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Лаборатория «Информационных технологий», оснащенная необходимым для реализации программы учебной дисциплины оборудованием, приведенным в п. 6.1.2.3 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Дорошенко М.А., Миронова Л.И. Программы Adobe. Основы программы Illustrator CS, М.: Московский издательско-полиграфический колледж, 2022, 52 с. — Текст: электронный. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=378010#ant>

3.2.2. Основные электронные издания

1. Петлина Е.М. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Петлина Е.М., Горбачев А.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2021.— 111 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/104886.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. <http://www.comppost.bip.ru/> Разнообразная литература по компьютерной тематике.

3. <http://www.softarea.ru/> Каталог компьютерных программ.

4. <http://www.iworld.ru/> Электронная версия журнала "Мир Internet". Государственный образовательный портал: <http://edu.ru>

5. Каталог Федерального центра информационно-образовательных ресурсов. Разделы НПО и СПО: <http://fcior.edu.ru>

6. Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании»: <http://www.ict.edu.ru>

7. Поисковые системы: www.Yandex.ru, www.google.ru

8. Энциклопедия «Кирилл и Мефодий»: www.megabook.ru

9. Энциклопедия «Википедия»: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

10. <http://www.sla.urfu.ac.ru/edu/chMath/inf/PP97/top.htm/> Электронное пособие по созданию презентаций в Power Point.

11. <http://www.vspu.ac.ru/de/inf.htm/> Статьи, книги, учебные материалы по информатике.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности;</p> <p>основные правила и методы работы с пакетами прикладных программ</p>	<p>Системность и целостность знаний по теме . Уровень освоения понятий, терминов .</p> <p>Личностная освоенность знаний, креативность мышления . Знание, как пользоваться моделями (схемами, таблицами и. т. п.). Знание систематизации.</p> <p>Демонстрация логического мышления, построения выводов, обобщений.</p> <p>Сформированность интереса к предмету, готовность к изучению новых информационных технологий, новых программных средств.</p>	<p>Тестирование, Зачет, Экспертная оценка выполнения лабораторных работ. Наблюдение за внеаудиторной работой студентов.</p> <p>Дифференцированный зачет.</p>
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>использовать пакеты прикладных программ для разработки конструкторской документации и проектирования технологических процессов</p>	<p>Понимание темы, цели практической работы.</p> <p>Уровень освоения понятий, терминов .</p> <p>Владение приемами работы с компьютером.</p> <p>Интенсивность и качество самостоятельной работы.</p> <p>Умение проводить анализ полученных результатов. Готовность к поиску рациональных решений. Развитие самооценки.</p>	<p>Тестирование, Зачет, Экспертная оценка выполнения лабораторных работ. Наблюдение за внеаудиторной работой студентов.</p> <p>Дифференцированный зачет.</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.03 История экранных искусств»

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.03 История экранных искусств»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «История экранных искусств» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02	<p>определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;</p>	<p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации,</p>

	<p>выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>
ОК 03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p>
ОК 05	<p>грамотно излагать свои мысли и</p>	<p>особенности социального и</p>

	оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК 1.4	- Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	Преобразовывать требования заказчика в бриф
ПК 2.2	- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;	- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций

	<ul style="list-style-type: none"> - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании 	<ul style="list-style-type: none"> продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное 	<ul style="list-style-type: none"> - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты

	<p>функционирования сайта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет 	маркетинговых коммуникаций
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов 	<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения;

	на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа	
--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	38
в т.ч. в форме практической подготовки	18
в т. ч.:	
теоретическое обучение	20
практические занятия	18
Промежуточная аттестация	*

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
	<p>Введение. Дисциплина «История экранных искусств», ее связь с дисциплинами учебного плана.</p> <p>Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов насмотренности и профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности.</p>	2	
Раздел 1. Эволюция рекламы		8	
Тема 1.1.	Содержание учебного материала	2	OK 01, OK 02, OK

<p>Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века.</p>	<p>1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века. Летучие листки, афиши.</p> <p>Печатные издания 17-19 веков, их основатели, и рекламные объявления .</p> <p>Рекламные агентства.</p> <p>Плакат конец 19 начала 20х веков.</p>	2	<p><i>05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i></p>
<p>Тема 1.2. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации</p> <p>Реклама товаров народного потребления.</p> <p>Агитационная реклама</p> <p>Стилистические решения.</p>	2	<p><i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i></p>
<p>Тема 1.3. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов. Первая телевизионная реклама (реклама часов-США в 1941, реклама кукурузы - СССР, 1964г)</p> <p>Деятельность «Союзторгреклама» 1966 при Министре торговли СССР.</p> <p>Создатели, разбор примеров.</p>	2	<p><i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i></p>
<p>Тема 1.4.</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	2	<p><i>ОК 01, ОК 02, ОК</i></p>

Реклама 90х-2000х	<p>1. Реклама 90х-2000х Печатная реклама.</p> <p>Видео реклама: для оптовиков 1991 г, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама.</p> <p>Интернет реклама: первая интернет реклама 94г, эпоха баннерной рекламы</p>	2	<i>05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
Раздел 2. Современная реклама		28	
Тема 2.1. Современные направления в рекламе.	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	<p>1. Современные направления в рекламе. Медийная реклама, E-mail-маркетинг, Контент-маркетинг, Крауд-маркетинг, SEO, ORM, SMM, Таргет, Ретаргет, Контекст.</p>	2	
Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	<p>1. Ведущие рекламные агентства и их работы. GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, Группа АДВ, Public Totem, Mediascope, Студия Артемия Лебедева и т.д.</p>	2	
Тема 2.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	<p>1. Креативные методы, используемые в современной рекламе. Гипербола, литота, известный персонаж, показ товара в экстремальных условиях, до и после, визуальная метафора, демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа изготовления/производства товара, Метаморфоза . т.д.</p>	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	

	Практическое занятие 1. Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы.	8	
Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ	Содержание учебного материала	2	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	1. Инсайт и ключевой рекламный образ Определения, разбор примеров, приемы разработки.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10	
	Практическое занятие 2. Создание инсайтов и ключевых, рекламных образов в идеях и эскизах на заданные темы.	10	
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой) (для специальности если предусмотрено) (указать виды работ обучающегося, например: планирование выполнения курсового проекта (работы), определение задач работы, изучение литературных источников, проведение предпроектного исследования) 1. п.		*	
Промежуточная аттестация: Зачет		*	
Всего:		38	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Истории экранных искусств», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания:

1. **Фадеева, Е. Н.** Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с.

2. **Кузвесова, Н. Л.** Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с.

3. **Курумчина, А. Э.** Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки : учебное пособие для вузов / А. Э. Курумчина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с.

4. **Тугендхольд, Я. А.** Художественная культура Запада / Я. А. Тугендхольд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 169 с.

5. **Корытов, О. В.** Газетная иллюстрация : учебное пособие для вузов / О. В. Корытов, Е. А. Силина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 84 с.

6. **Нуркова, В. В.** Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : монография / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.

7. **Фадеева, Е. Н.** Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с.

8. **Почекаев, Р. Ю.** История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 223 с.

9. **Кузвесова, Н. Л.** Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.

10. **Кузвесова, Н. Л.** История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. —

11. **Литвина, Т. В.** Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. —

12. **Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под**

редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. —

Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика : учебное пособие для вузов / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян ; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 116 с. —

3.2.2. Основные электронные издания

1. <https://urait.ru/author-course/proektirovanie-i-ocenka-reklamnogo-obraza-517025>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
основы истории рекламы, различные источники поиска информации, современные технологии и тенденции в области рекламы, терминологию, иметь визуальный опыт-насмотренность.	<ul style="list-style-type: none"> - использование возможности интернет-ресурсов - применение исторических стилей в разработке визуальных решений - применение приемов в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - использование технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам. - аргументация выбранного решение 	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Зачет в виде просмотра презентации</p>
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
создавать инсайты , ключевые визуальные решения, используя креативные приемы, на основных рекламных носителях	<ul style="list-style-type: none"> - подбор и применение оригинальных визуальных и текстовых элементов на основе поставленных задач. - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. 	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Зачет в виде просмотра презентации</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.04 Рекламная деятельность»

2023г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.04 Рекламная деятельность»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02	<p>определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;</p>	<p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации,</p>

	<p>выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p>
ОК 03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p>
ОК 05	<p>грамотно излагать свои мысли и</p>	<p>особенности социального и</p>

	оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. 	<ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия 	<ul style="list-style-type: none"> - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций

	<p>рекламной кампании на ЦА;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет 	
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	104
в т.ч. в форме практической подготовки	80
в т. ч.:	
теоретическое обучение	24
практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	80
Промежуточная аттестация	*

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Раздел 1. Раздел 1 Основы рекламы.		24	
Тема 1.1. Введение. История рекламы	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	1. Дисциплина «Рекламная деятельность», ее связь с дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности. Общая характеристика компетенции «Реклама».	2	
	2. Основные этапы развития рекламы. Протореклама. Основные исторические этапы и тенденции развития отечественной и зарубежной рекламы.	2	
Тема 1.2. Участники рекламного процесса.	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	Участники рекламной деятельности: рекламодатели, рекламные агентства, средства массовой информации, вспомогательные участники рекламной деятельности. Основные направления деятельности и функции.	2	
	Классификация рекламных агентств по двум признакам: объему предоставляемых услуг и направлению бизнеса. Агентства с полным циклом услуг. Специализированные	2	

	агентства. Креативные агентства. Персонал рекламных агентств. Объединения рекламных агентств, рекламодателей и рекламодателей в мире и в России. Органы регулирования и саморегулирования на российском рекламном рынке.		
Тема 1.3. <i>Рекламная коммуникация</i>	Содержание учебного материала	4	<i>OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 05, OK 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	Понятие «коммуникация», ее участники, цели. Схема коммуникации. Естественные каналы коммуникации. Устная коммуникация. Искусственные каналы коммуникации. Документная коммуникация. Электронная коммуникация. Коммуникационные барьеры. СМИ в системе коммуникационных каналов. Мультимедийная коммуникационная культура.	2	
	Рекламная коммуникация как сложный механизм взаимодействия рекламного сообщения и потребителя. Рекламная пирамида. Суггестия, вербальные и невербальные средства суггестии в рекламе.	2	
Тема 1.4. <i>Классификация рекламы.</i>	Содержание учебного материала	12	<i>OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 05, OK 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	Основа классификации рекламы - средства рекламы. Способы воздействия на потребителя. Каналы распространения рекламы. Классификация рекламы по средствам и по размещению. Основные виды рекламы: потребительская, профессиональная, торговая, финансовая, коллективная и совместная, «антиреклама». ATL, BTL, TTL.	2	
	Виды рекламы и ее носители: печатная реклама, реклама в прессе, реклама на телевидении, реклама в кино, реклама в сети Internet, реклама на радио, наружная реклама, реклама на транспорте, организация рекламы в местах торговли, прямая почтовая реклама, рекламные сувениры.	2	
	Телевизионная реклама, ее виды. Спонсорство на ТВ. Специфика каналов вещания. Основные показатели эффективности телевизионной рекламы.	2	
	Классификация печатных изданий. Основные маркетинговые показатели печатных изданий. Реклама в гляцевых, еженедельных и ежедневных изданиях. Специализированная пресса. Региональная пресса. Корпоративные издания.	2	

	Реклама на радио, ее виды. Основные показатели эффективности радиорекламы.		
	Виды рекламы на транспорте. Водный, воздушный, наземный, подземный транспорт и реклама.	2	
	Виды наружной рекламы.		
	Виды Интернет-рекламы.	2	
Раздел 2. Основы брендинга.		32	
Тема 2.1. Нейминг	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 05, OK 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 1.</i> Бренд-нейм. Основные критерии оценки имени бренда.	2	
	<i>Практическое занятие 2.</i> Этапы нейминга. Инструменты тестирования имени бренда.	2	
	<i>Практическое занятие 3.</i> Основные критерии оценки имени бренда.	2	
	<i>Практическое занятие 4.</i> Неймбук. Структура, назначение.	2	
Тема 2.2. Товарный знак и знак обслуживания	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 05, OK 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 5.</i> Соотношение понятий “товарный знак”, “торговая марка”, “знак обслуживания”. Классификация.	2	
	<i>Практическое занятие 6.</i> Понятия бренда и брендинга. Общие и отличительные признаки торговой марки товарного знака и знака обслуживания.	2	
	<i>Практическое занятие 7.</i> Дифференциация, ее необходимость в условиях конкуренции.	2	
	<i>Практическое занятие 8.</i> Конкурентное различие и конкурентное совпадение. Преимущества бренда и брендинга.	2	

Тема 2.3. <i>Архитектура бренда</i>	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 9.</i> Пирамида бренда, структура и элементы рекламной кампании. Миф бренда. Эмоциональная нагрузка бренда, ее основные аспекты.	2	
	<i>Практическое занятие 10.</i> Архитектура брендов. Выделение формулы бренда. Развитие бренда во времени. Три основные позиции выгод брендинга. Идеология бренда.	2	
	<i>Практическое занятие 11.</i> Миссия, ценности, принципы бренда. Понятие бренд-имиджа, технология и этапы создания бренд-имиджа. Современная типология имиджа бренда.	2	
	<i>Практическое занятие 12.</i> Взаимоотношения между атрибутами, выгодами и отношением потребителя. «Лицо», персонаж бренда. Объемные и звуковые атрибуты имиджа бренда.	2	
Тема 2.4. <i>Бренд-бук</i>	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 13.</i> Бренд-бук, его назначение,	2	
	<i>Практическое занятие 14.</i> Структура и основные элементы бренд-бука.	2	
	<i>Практическое занятие 15.</i> Принципы составления бренд-бука.	2	
	<i>Практическое занятие 16.</i> Практические аспекты бренд-бука.	2	
Раздел 3. Рекламное планирование.		32	
Тема 3.1. Виды и содержание рекламного планирования	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 17.</i> Уровни планирования рекламы. Структура рекламного планирования. Понятие рекламной стратегии. Элементы рекламной стратегии.	2	

	<i>Практическое занятие 18.</i> Понятие творческой рекламной стратегии. Основные типы творческих рекламных стратегий. Рационалистические и проекционные (трансформационные) стратегии: их достоинства, недостатки, критерии эффективности.	2	
	<i>Практическое занятие 19.</i> Комплекс мероприятий рекламной кампании. Рекламная кампания и кампания маркетинговых коммуникаций.	2	
	<i>Практическое занятие 20.</i> Классификация типов рекламных кампаний с учетом стандартов компетенции «Реклама».	2	
Тема 3.2. <i>Методы разработки рекламного бюджета</i>	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 21.</i> Основные методы разработки рекламного бюджета, их особенности и принципы разработки с учетом стандартов компетенции «Реклама».	2	
	<i>Практическое занятие 22.</i> Разработка бюджета исходя из наличия денежных средств. Разработка рекламного бюджета на основе планирования затрат.	2	
	<i>Практическое занятие 23.</i> Метод исчисления в процентах к сумме продаж. Метод конкурентного паритета. Метод технического бюджета.	2	
	<i>Практическое занятие 24.</i> Технология расчета бюджета методом «Цели – задачи». Рекламный бюджет, необходимый для достижения доли рынка.	2	
Тема 3.3. <i>Медиапланирование</i>	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 25.</i> Термин «Медиапланирование», его сущность. Типы решений медиапланирования.	2	
	<i>Практическое занятие 26.</i> Место медиапланирования в структуре мероприятий рекламной кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама».	2	
	<i>Практическое занятие 27.</i> Основные показатели медиапланирования.	2	

	<i>Практическое занятие 28.</i> Медиаплан.	2	
Тема 3.4. <i>Оценка эффективности рекламы</i>	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 29.</i> Многозначность понятия “эффективность рекламы”. Эффективность рекламной деятельности, эффективность рекламной кампании, эффективность рекламного сообщения с учетом стандартов компетенции «Реклама.	2	
	<i>Практическое занятие 30.</i> Понятие коммерческой и коммуникативной эффективности рекламы.	2	
	<i>Практическое занятие 31.</i> Экономический эффект, информационный эффект, психологический эффект, социальный эффект.	2	
	<i>Практическое занятие 32.</i> Современные критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения.	2	
Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций.		16	
Тема 4.1. <i>Основные понятия рынка маркетинговых коммуникаций</i>	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 33.</i> Понятия «рекламный рынок» и «рынок маркетинговых коммуникаций».	2	
	<i>Практическое занятие 34.</i> Участники рынка маркетинговых коммуникаций. Формы связи участников рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
	<i>Практическое занятие 35.</i> Основные отличия рынка рекламных услуг от традиционного рынка товаров.	2	
	<i>Практическое занятие 36.</i> База для разработки плана рекламного маркетинга предприятия. Структура рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
Тема 4.2.	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных	8	<i>ОК 01, ОК 02, ОК</i>

<i>Тенденции рынка маркетинговых коммуникаций</i>	занятий		<i>03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.</i>
	<i>Практическое занятие 37.</i> Качественные параметры и характеристики, характеризующие рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
	<i>Практическое занятие 38.</i> Участники рынка маркетинговых коммуникаций. Формы связи участников рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
	<i>Практическое занятие 39.</i> Цели и задачи исследования рынка маркетинговых коммуникаций. Семь типичных направлений исследования.	2	
	<i>Практическое занятие 40.</i> Анализ рынка маркетинговых коммуникаций России. Проблематика Российского рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
Промежуточная аттестация		*	
Всего:		104	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности, учебное пособие - М., Академия, 2021 год
2. Полукаров В.Л., Головлева Е.Л., Добренькова Е.В, Ефимова Е.М. Рекламная коммуникация: Учебное пособие. – М.: Международный университет бизнеса и управления: Изд-во «Палеонтип»: ИТК «Дашков и К^о», 2021.
3. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. - М., Евразийский регион, 2019. – Ч.1-2.
4. Гольман И.А. Рекламная деятельность: планирование, технологии, организация. – М.: Гелла-принт, 2019.
5. Мокшанцев Р.И., Психология рекламы. – М.: ИНФРА-М, 2019.
6. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы, или Метаморфозы рекламного образа. – М.: Юнити-Дана, 2019.
7. Феофанов О. Реклама. Новые технологии в России. – СПб: «Питер», 2020. – 324 с.
8. Мазилкина Е.И. Основы рекламы: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2020. – 288 с.
9. Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие. – 2-е изд., доп. – М.: КНОРУС, 2021. – 400 с.

3.2.2. Дополнительные источники

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.
2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

Нормативные документы

- Конституция Российской Федерации;
- Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
- Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
- Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-1 "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.
 Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

Интернет-ресурсы:

- Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
- Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
- Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/>
- Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
- Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
- Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
- Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
- Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
- Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
- Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<ul style="list-style-type: none"> – цели, цели и функции рекламы, роль, сферу применения; – участников рекламной деятельности и их функции; – классификацию рекламы; – процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; – виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; – понятие и основы брендинга; – методы оценки эффективности рекламы. 	Правильный выбор и применение теоретических знаний, методов и способов решения профессиональных задач	<p>Оценка результатов деятельности обучающихся при защите и просмотре самостоятельных работ является с оценкой.</p> <p>Оценка результатов обучения в рамках отборочных испытаний с учетом стандартов компетенции «Реклама»</p>
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<ul style="list-style-type: none"> – определять и классифицировать рекламу; – применять полученные знания в практической реализации поставленных задач 	Правильный выбор и применение теоретических знаний, методов и способов решения	Оценка результатов деятельности обучающихся при защите и просмотре самостоятельных работ

<p>с учетом стандартов компетенции «Реклама»;</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с нормативными документами в области рекламы; – выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; – выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»; – составлять пирамиду бренда; – определять эмоциональную нагрузку бренда; – планировать деятельность в сфере реализации бренда и брендинга. 	<p>профессиональных задач</p>	<p>является с оценкой.</p> <p>Оценка результатов обучения в рамках отборочных испытаний с учетом стандартов компетенции «Реклама»</p>
---	-------------------------------	---

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.05 Психология рекламы»

2023г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

4. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.05 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Психология рекламы» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 04, ОК 05.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> ● распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; ● анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; ● составлять план действия; определять необходимые ресурсы; ● владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; ● реализовывать составленный план; ● оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 	<ul style="list-style-type: none"> ● актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; ● основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; ● алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; ● методы работы в профессиональной и смежных сферах; ● структуру плана для решения задач; ● порядок оценки.
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> ● организовывать работу коллектива и команды; ● взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> ● психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; ● основы проектной деятельности.
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> ● грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; ● проявлять толерантность в рабочем коллективе. 	<ul style="list-style-type: none"> ● особенности социального и культурного контекста; ● правила оформления документов и построения устных сообщений.
ПК.1.1	<ul style="list-style-type: none"> ● производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; ● анализировать каналы 	<ul style="list-style-type: none"> ● способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; ● аудиторию различных средств

	<p>коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● доводить информацию заказчика до целевой аудитории; ● использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; ● использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; ● уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. 	<p>рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; ● технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
ПК.1.3	<ul style="list-style-type: none"> ● производить качественные аналитические исследования конкурентной среды. 	<ul style="list-style-type: none"> ● отраслевую терминологию; ● структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним.
ПК.2.1	<ul style="list-style-type: none"> ● -осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; ● определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; ● определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; ● определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); ● учитывать мнение заказчика при планировании РК. 	<ul style="list-style-type: none"> ● принципы выбора каналов коммуникации; ● аудиторию различных средств рекламы; ● отраслевую терминологию; ● формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; ● технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; ● виды запросов пользователей в поисковых системах интернета; ● особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; ● принципы функционирования современных социальных медиа; ● важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.
ПК.2.2	<ul style="list-style-type: none"> ● доводить информацию заказчика до ЦА; ● использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; ● уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; ● использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; ● использовать приемы управления аудиторией и ее 	<ul style="list-style-type: none"> ● важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.

	вниманием при проведении рекламных мероприятий.	
--	---	--

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	38
в т.ч. в форме практической подготовки	20
в т. ч.:	
теоретическое обучение	18
практические занятия	20
<i>Самостоятельная работа</i>	-
Промежуточная аттестация	2

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Введение		4/-	
Тема 1. Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	Содержание учебного материала	4	
	Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы». Роль психологических знаний в организации рекламной деятельности.	4	ПК.1.3
Раздел 2. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина		4/-	
Тема 2.1. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	Содержание учебного материала	2	ПК 1.3. ОК 0.1.
	1. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина. Предмет психологии рекламы и её основная теоретическая проблема. Современный этап развития психологии рекламы в России и за рубежом. История развития психологии рекламы	2	
Тема 2.2. Рекламная деятельность как психотехнология	Содержание учебного материала	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ОК 0.1
	2. Психологическая структура рекламного процесса. Классификация психических явлений в рекламном процессе. Психотехнология рекламной стратегии. Психологическое содержание этапов рекламной кампании. Обратная связь как	2	

	критерий социально-психологической эффективности рекламной деятельности		
Раздел 3. Роль психических процессов в формировании рекламных образов		16/10	
Тема 3.1. Когнитивные аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала	2	
	Когнитивные аспекты рекламного воздействия Ощущения в рекламе. Определение понятия «ощущения». Виды ощущения. Свойства ощущения. Ощущение в процессе восприятия рекламы. Явление синестезии и сенсбилизации Восприятие в рекламе. Определение понятия «восприятие». Виды и свойства восприятия. Восприятие цвета, формы, глубины, пространства, времени Рекламный образ. Внимание, память, мышление в рекламе	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 0.1. ОК 0.5.
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	Практическое занятие №1: Психология формы. «Законы гештальта» в восприятии рекламного продукта. Модели восприятия рекламы. Психология рекламной формы. Законы рекламной композиции.	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2
	Практическое занятие № 2: Психология цвета и света в рекламе. Функции цвета и света. Психофизиологический механизм восприятия цвета. Социально-культурные ассоциации. Применение цвета и света в рекламе. Правила и ограничения применения цвета и света в рекламе.	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 0.1. ОК 0.5
	Практическое занятие №3: Moodboard как инструмент коммуникации. Коллаж. Создание Moodboarda	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 0.1. ОК 0.5
Тема 3.2. Эмоциональные аспекты рекламного	Содержание учебного материала	2	
	Эмоциональные аспекты рекламного воздействия. Теории эмоций: психодинамическая, информационная. Организация эмоционального восприятия рекламы. Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения. Рационально-	2	ПК 1.1. ПК 1.3.

воздействия	эмоциональный баланс рекламного сообщения Своеобразие рассмотрения личности в общей психологии		ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 0.1. ОК 0.4. ОК 0.5
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическая работа №4. Исследование динамики эмоционального отношения российских потребителей в реклама	2	
	Практическое занятие №5: Влияние эмоций на восприятие рекламного сообщения. Эмоциональный образ в рекламном сообщении	2	
Тема 3.3. Поведенческие аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 0.1. ОК 0.4. ОК 0.5
	Поведенческие аспекты рекламного воздействия	2	
Раздел 4. Мотивационно-потребностная сфера личности		14/10	
Тема 4.1. Психология мотивации в рекламе	Содержание учебного материала	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 0.1. ОК 0.4. ОК 0.5
	Психология мотивации в рекламе. Потребности, мотивы, интересы потребителя рекламы. Принятие решения потребителем и реклама. Квазипотребности.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 6. Мотивация потребителя Мотив и мотивация. Теории потребностей в отечественной и зарубежной психологии	2	
Тема 4.2. Мотивационные факторы целевого поведения	Содержание учебного материала	2	
	Мотивационные состояния. Иррациональность потребительского поведения. Навязчивые мотивационные состояния. Риск в принятии потребительских решений. Профили потребительских реакций. Управляемые мотивационные состояния: внушенные установки, убеждения, готовность к подражанию,	2	

	научению, заражению.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 0.1. ОК 0.4. ОК 0.5
	Практическое занятие №7: Психографические критерии. Составление портрета потребителя	2	
	Практическое занятие №8: Модель VALS (Value and lifestyle – ценности и типы образа жизни). Особенности методики.	2	
	Практическое занятие №9: Психограммы поколений. Психографическое моделирование для определенного сегмента целевой аудитории	2	
	Практическое занятие №10: Карта эмпатии, как инструмент визуализации эмоций, мыслей и действий потенциального или реального клиента	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	*	
	Промежуточная аттестация⁸	*	
	Всего:	38	

По

⁸ Выделяется обязательно не менее 1-2 часов на зачет и не менее 6 часов на экзамен.

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Психологии в рекламе», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: учебник / М.А. Измайлова. - 4-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 442 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093523>

2. Маркова Е.В. Психология рекламы: учебное пособие / Е.В. Маркова. – М.: ФОРУМ, 2020. - 152 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1074811>

3. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: учебное пособие / Р.И. Мокшанцев; под ред. М.В. Удальцовой. – М.: ИНФРА-М: Сиб. согл., 2019. - 232 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/987773>

4. Тимофеев М.И. Психология рекламы: учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 224 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/991848>

3.2.2. Дополнительные источники:

1. Антонова Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://new.znanium.com>]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034516>

2. Коноваленко М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. URL: <https://urait.ru/bcode/489012>

2.2.3. Дополнительные источники

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
3. <http://www.liber.rsuh.ru> - Электронная библиотека РГГУ
4. <http://www.znanium.com> - ЭБС «Знаниум»
5. <http://www.psychologos.ru/articles/view/psihologos> - энциклопедия практической психологии

6. <https://psychojournal.ru/> - научно-популярный психологический портал (информационный портал по психологии)

7. <http://psychology.net.ru/talk/> - психологический форум сайта «Мир психологии»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:		
<ul style="list-style-type: none"> ● выявлять возможные стереотипы потенциальных покупателей; ● корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия, проводить мозговой штурм; ● формировать покупательское поведение под влиянием рекламной компании; ● формировать образ товара; ● использовать в исследовании потребительских интересов метод фокус-групп; ● осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта. 	<ul style="list-style-type: none"> ● организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; ● решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях; ● осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; ● использовать информационно - коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> ● мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся; ● накопительная система баллов, на основе которой выставляется итоговая отметка; ● традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу, на основе которых выставляется итоговая отметка; ● промежуточный и итоговый срез знаний в форме контрольных работ; ● оценка результатов выполнения практической работы; ● наблюдение за ходом выполнения практической работы.
В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:		
<ul style="list-style-type: none"> ● методы психологического воздействия на потребителя; ● структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела; ● теорию и методику 	<p>понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся; ● накопительная система баллов, на основе которой выставляется итоговая отметка; ● традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу, на основе

		<p>которых выставляется итоговая отметка;</p> <ul style="list-style-type: none">● промежуточный и итоговый срез знаний в форме контрольных работ;● оценка результатов выполнения практической работы; <p>наблюдение за ходом выполнения практической работы.</p>
--	--	---

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.06 Русский язык и культура речи»

2023г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.06 РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Русский язык и культура речи» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 04, ОК 05, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - основы проектной деятельности
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе 	<ul style="list-style-type: none"> - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывать и объяснять 	<ul style="list-style-type: none"> - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; - правила чтения текстов

	<p>свои действия (текущие и планируемые);</p> <ul style="list-style-type: none"> - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы 	<p>профессиональной направленности</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему. 	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов 	<ul style="list-style-type: none"> - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	76
в т.ч. в форме практической подготовки	40
в т. ч.:	
теоретическое обучение	36
практические занятия	40
<i>Самостоятельная работа</i>	-
Промежуточная аттестация	*

Во всех ячейках со звездочкой () (в случае её наличия) следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Язык и речь.		6/4	
Тема 1. Язык и речь.	Содержание учебного материала	2	ОК 05, ПК.3.2, ПК.4.3
	1. Цели и задачи изучения дисциплины, связь с другими дисциплинами. Язык и речь. Функции языка. Основные единицы языка. Понятие о литературном языке. Формы литературного языка. Понятие о языковой норме. Типы нормы. Словари русского языка.	1	
	2. Понятие культуры речи, качества хорошей речи (богатство словарного запаса, правильность, точность, выразительность, чистота, уместность употребления языковых средств). Культура речи в рекламе.	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №1. Написание эссе «Как язык и речь характеризуют самого человека?» «Особенности речи специалиста по рекламе».	2	
Практическое занятие №2. Анализ устных выступлений и письменной речи с точки зрения некоторых аспектов правильности речи. Анализ рекламных текстов.	2		

	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 2. Текст и его структура.		6/4	
Тема 2. Текст и его структура	Содержание учебного материала	2	ОК 05, ПК.3.2, ПК.4.3
	Основные признаки текста. Текст и его структура. Типы текста.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №3. Развитие речи. Создание текстов разных типов.	2	
	Практическое занятие №4. Создание слоганов и рекламных текстов, работа в группах.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 3. Функциональные стили литературного языка.		10/6	
Тема 3. Функциональные стили литературного языка.	Содержание учебного материала	4	ОК 04, ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	1. Характеристика стилей устной и письменной речи. Сфера употребления функциональных стилей.	2	
	2. Выявление особенностей художественного, публицистического и научного текстов, использование этих особенностей в создании рекламы. Разговорный стиль в рекламе.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	Практическое занятие №5. Официально-деловой стиль речи. Оформление деловых бумаг: заявление, служебная записка, объяснительная записка, расписка.	2	

	Практическое занятие №6. Деловая игра «Прием на работу специалиста по рекламе», «В рекламном агентстве».	2	
	Практическое занятие №7. Определение стиля текста. Анализ стилевых особенностей текста.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 4. Лексика и лексикология. Фразеология.		6/4	
Тема 4. Лексика и лексикология. Фразеология.	Содержание учебного материала	2	ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лексикология и фразеология. Изобразительно - выразительные возможности лексики и фразеологии в рекламе.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №8. Лексические и фразеологические ошибки. Их исправление.	2	
	Практическое занятие №9. Составление рекламных слоганов. Групповая работа.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 5. Фонетика и орфоэпия.		8/2	
Тема 5. Фонетика и орфоэпия.	Содержание учебного материала	6	ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	1. Звуки речи. Орфоэпические нормы. Фонетические средства речевой выразительности.	2	
	2. Особенности фонетики рекламного текста: аллитерации, созвучия и рифма, ритм, преднамеренные орфографические ошибки. Выявление закономерностей функционирования фонетической системы языка в	2	

	образцах устной и письменной речи профессиональной направленности.		
	3. Трудные случаи орфоэпии. Работа с текстами.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие №10. Анализ поэтических текстов с точки зрения использования средств звуковой выразительности.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 6. Морфемика. Словообразование.		8/4	
Тема 6. Морфемика. Словообразование.	Содержание учебного материала	4	ОК 04, ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	1. Состав слова. Способы словообразования.	2	
	2. Определение способов словообразования предложенных слов. Выявление словообразовательных и формообразовательных ошибок.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №11. Необычные случаи словообразования в рекламе. Составление слоганов, реклама товаров.	2	
	Практическое занятие №12. Деловая игра «Заказчик и исполнитель»	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 7. Орфография. Морфология.		18/10	
Тема 7. Орфография. Морфология.	Содержание учебного материала	8	ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	1. Принципы русской орфографии. Нормы правописания различных орфограмм. Части речи.	2	

	2. Имя существительное. Нормативное употребление имени существительного. Имя прилагательное. Нормативное употребление имени прилагательного.	2	
	3. Имя числительное. Местоимение. Глагол и глагольные формы. Нормативность употребления. Работа с текстами.	2	
	4. Нормы употребления служебных частей речи. Работа с текстами.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10	
	Практическое занятие №13. Специфика использования имен прилагательных в рекламном тексте.	2	
	Практическое занятие №14. Работа по составлению рекламных текстов, используя описательный потенциал прилагательных.	2	
	Практическое занятие №15. Числительные и единицы измерения в профессиональной деятельности.	2	
	Практическое занятие №16. Составление прайса (прейскуранта цен) услуг рекламного агентства с использованием составных и сложных числительных.	2	
	Практическое занятие №17. Исправление в предложенных текстах речевых ошибок, связанных с ненормативным употреблением самостоятельных и служебных частей речи.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
	Раздел 8. Синтаксис. Основные синтаксические единицы: словосочетание, предложение.	8/4	
Тема 8. Синтаксис.	Содержание учебного материала	4	ОК 05, ПК 09,

Основные синтаксические единицы: словосочетание, предложение.	1. Словосочетание. Строение и употребление. Простое предложение. Строение, употребление.	2	ПК.3.2, ПК.4.3
	2. Сложное предложение. Виды. Структура. Знаки препинания. Выразительные возможности русского синтаксиса.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №18. Исправление в предложенных текстах ошибок, связанных с согласованием, управлением, порядком слов.	2	
	Практическое занятие №19. Редакционная правка текста. Исправление лексических недочетов, ненормативного употребления частей речи, нарушение синтаксических норм. Групповая работа.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве.		6/2	
Тема 9 Риторика – наука об ораторском искусстве.	Содержание учебного материала	4	ОК 04, ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Риторика как наука. Риторика в Древней Греции и Древнем Риме. Ораторство в России. Ораторское искусство в современном мире. Навыки оратора, которыми должен владеть профессионал.	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие №20. Деловая игра «Духовно-нравственные основы ораторской речи».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	

Промежуточная аттестация⁹	*	
Всего:	76	

⁹ Выделяется обязательно не менее 1-2 часов на зачет и не менее 6 часов на экзамен.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Социально-гуманитарных дисциплин», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие для студентов СПО. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019г.
2. Голубева А.В. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт, 2020.
3. Руднев В.Н. Русский язык и культура речи: учебное пособие для СПО. М.: КНОРУС, 2021.
4. Самсонов Н.Б. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт, 2020.

3.2.2. Основные электронные издания

1. <http://rus.1september.ru/> Журнал «Русский язык» проекта Школа цифрового века
2. <http://www.alleng.ru/edu/ruslang1.htm/> Образовательные ресурсы Интернета - Русский язык
3. <http://www.slovari.ru/default.aspx?p=244/>Словари русского языка
4. <http://rusgram.narod.ru/> Русская грамматика
5. <http://ruscorpora.ru/search-main.html/> Национальный корпус русского языка
6. <http://www.ruslang.ru/> Институт русского языка имени В.В. Виноградова (ИРЯ РАН)
7. <http://www.gramota.ru/> Электронный ресурс справочно-информационного интернет-портала «Русский язык»
8. <http://www.gramma.ru/> Русский язык: говорим и пишем правильно - ресурс о культуре письменной и устной речи
9. <http://cultrechi.narod.ru/> «Грамотная речь или учимся говорить по-русски». Словари, ссылки.
10. <http://rostest.runnet.ru/> Сборник тестов по русскому языку, регистрация.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<ul style="list-style-type: none"> - понятия языка и речи, различия между языком и речью, функции языка, понятие о литературном языке, признаки литературного языка и типы речевой нормы; - понятие культуры речи, качества хорошей речи; - основные словари русского языка; - лексические и фразеологические единицы языка, лексические и фразеологические нормы, изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии, лексические и фразеологические ошибки; - фонетические единицы языка и фонетические средства языковой выразительности, особенности русского ударения и произношения, орфоэпические и акцентологические нормы (в пределах орфоэпического минимума); - части слова, способы словообразования, словообразовательные нормы; - самостоятельные и служебные части речи, нормативное употребление форм слова, стилистику частей речи: ошибки в формообразовании и употреблении частей речи; - правила русской орфографии; - синтаксический строй предложений, выразительные 		<p>- оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>диктанты, сочинения, практические работы, самостоятельные работы, тесты, работа с текстами, защита проектов,</p> <p>деловая игра, зачет</p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u></p> <p>– мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.</p>

<p>возможности русского синтаксиса, синтаксические нормы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – правила пунктуации; – функционально-смысловые типы речи, функциональные стили литературного языка, сферу их использования, их языковые признаки, особенности построения текста разных стилей; правила речевого общения, виды аргументации. 		
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</p>		
<ul style="list-style-type: none"> – строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; – анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи; – пользоваться словарями русского языка; – владеть нормами словоупотребления, определять лексическое значение слова; – находить и исправлять в тексте лексические ошибки, ошибки в употреблении фразеологизмов; – определять функционально-стилевую принадлежность слова; – пользоваться акцентологическими и орфоэпическими нормами; – пользоваться нормами словообразования применительно к общеупотребительной, общенаучной и профессиональной лексике; – употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной 	<ul style="list-style-type: none"> – Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. – Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. – Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. – Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. – Использовать информационно-коммуникативные технологии профессиональной деятельности. 	<p>- оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>диктанты, сочинения, практические работы, самостоятельные работы, тесты, работа с текстами, защита проектов, деловая игра, зачет</p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.

<p>нормой и стилистическими особенностями создаваемого текста;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять грамматические ошибки в тексте; - пользоваться орфографическими правилами; - различать предложения простые и сложные, простые осложненные, прямую речь и слова автора, цитаты; - пользоваться багажом синтаксических средств при создании собственных текстов официально-делового, учебно-научного стилей; - редактировать собственные тексты и тексты других авторов; - пользоваться пунктуационными правилами; - различать тексты по их принадлежности к стилям и типам речи; - создавать тексты публицистического, учебно-научного и официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов; - владеть навыками дискусивно-полемиической речи. 	<ul style="list-style-type: none"> - Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. - Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. - Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. - Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. - Осуществлять поиск рекламных идей. - Разрабатывать авторские рекламные проекты. - Составлять и оформлять рекламные объявления. - Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта. - Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта. - Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя. - Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта 	
---	--	--

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ ДЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ, РЕАЛИЗУЮЩИХ ПРОГРАММЫ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

2023 г.

**ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ ПО
СПЕЦИАЛЬНОСТИ УГПС
42.00.00 СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННО-
БИБЛИОТЕЧНОЕ ДЕЛО**

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЕВОЙ

1.3. Целевые ориентиры воспитания

Вариативные целевые ориентиры результатов воспитания, отражающие специфику специальности
Гражданское воспитание
– понимающий профессиональное значение отрасли, специальности для социально-экономического и научно-технологического развития страны;
– осознанно проявляющий гражданскую активность в социальной и экономической жизни Тверской области;
Патриотическое воспитание
– осознанно проявляющий неравнодушное отношение к выбранной профессиональной деятельности, постоянно совершенствуется, профессионально растет, прославляя свою специальность;
Духовно-нравственное воспитание
– обладающий сформированными представлениями о значении и ценности специальности, знающий и соблюдающий правила и нормы профессиональной этики;
Эстетическое воспитание
– демонстрирующий знания эстетических правил и норм в профессиональной культуре специальности;
– использующий возможности художественной и творческой деятельности в целях саморазвития и реализации творческих способностей, в том числе в профессиональной деятельности;
Физическое воспитание, формирование культуры здоровья и эмоционального благополучия
– демонстрирующий физическую подготовленность и физическое развитие в соответствии с требованиями будущей профессиональной деятельности специальности;
Профессионально-трудовое воспитание
– применяющий знания о нормах выбранной специальности, всех ее требований и выражающий готовность реально участвовать в профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-ценностной системой;
– готовый к освоению новых компетенций в профессиональной отрасли;

<p>– обладающий опытом использования в профессиональной деятельности современных информационных технологий и производственных программ с целью осуществления различного рода операций в сфере средств массовой информации и информационно-библиотечного дела;</p>
<p>– обладающий навыками по созданию и редакции статей, текстов, а также материалов для публичных выступлений в соответствии с требованиями будущей профессиональной деятельности специальности;</p>
<p>Экологическое воспитание</p>
<p>– ответственно подходящий к рациональному потреблению энергии, воды и других природных ресурсов в жизни в рамках обучения и профессиональной деятельности;</p>
<p>– понимающий основы экологической культуры в профессиональной деятельности, обеспечивающей ответственное отношение к окружающей социально-природной, производственной среде и здоровью;</p>
<p>Ценности научного познания</p>
<p>– обладающий опытом участия в научных, научно-исследовательских проектах, мероприятиях, конкурсах в рамках профессиональной направленности специальности;</p>
<p>– обладающий знаниями в области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела, умением осуществлять подготовку текстовых и изобразительных оригиналов с использованием информационных технологий, обрабатывать наборы текста, выполнять работу по художественному оформлению печатных изданий;</p>
<p>– проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;</p>

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ

2.1 Воспитательные модули: виды, формы, содержание воспитательной деятельности по специальности

Модуль «Образовательная деятельность»

- | |
|---|
| – внедрение методик преподавания общеобразовательных дисциплин с учетом профессиональной направленности отрасли, специальности; |
| – включение в воспитательные взаимодействия методов, методик и технологий, которые связаны с изучением дисциплин и модулей образовательной программы, направленных на развитие личности обучающихся на основе воспитательных идеалов выбранной специальности; |
| – организация практических занятий, направленных на приобретение опыта работы по специальности; |
| – организация практических занятий по работе с современным оборудованием и технологиями в области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела специальности, в том числе с применением программных продуктов; |

Модуль «Кураторство»

- | |
|--|
| – инициирование и поддержка участия обучающихся в мероприятиях, конкурсах и проектах профессиональной направленности; |
| – организация социально-значимых проектов профессиональной направленности для личностного развития обучающихся, дающих возможности для самореализации в выбранной специальности; |

Модуль «Наставничество»

- | |
|---|
| – мастер-классы, тренинги и практикумы от наставника в рамках сопровождения профессионального роста наставляемых, развития их профессиональных навыков и компетенций в специальности; |
| – организация под руководством наставника социально-значимых проектов по специальности; |

Модуль «Основные воспитательные мероприятия по специальности»

- | |
|---|
| – мастер классы, проведение конкурсов профессионального мастерства, показы, выставки, открытые лекции и демонстрации, экскурсии, дни открытых дверей, квесты; |
| – встречи с известными представителями специальности; |
| – круглые столы, просветительские мероприятия с участием амбассадоров специальности; |

Модуль «Организация предметно-пространственной среды»

- | |
|---|
| – организация музейно-выставочного пространства, содержащего экспозиции об истории и развитии специальности, выдающихся деятелей производственной сферы, имеющей отношение к специальности, соответствующих предметов-символов профессиональной сферы, информационных справочных материалов о предприятиях профессиональной сферы, являющихся предметом гордости отечественной науки и технологий, имеющих отношение к специальности; |
|---|

– размещение, поддержание, обновление на территории ПОО выставочных объектов, ассоциирующихся с специальностью;

Модуль «Взаимодействие с родителями (законными представителями)»

– профессиональные встречи, диалоги с приглашением родителей (законных представителей), работающих по специальности, чествование трудовых династий специальности;

– совместные мероприятия, посвященные Дню специальности;

Модуль «Профилактика и безопасность»

– реализация элементов, программы профилактической направленности, реализуемые в ПОО и в социокультурном окружении в рамках просветительской деятельности по специальности;

– организация мероприятий по безопасности в цифровой среде, связанных с специальностью;

– поддержка инициатив обучающихся в сфере укрепления безопасности жизнедеятельности в ПОО, в том числе в рамках освоения образовательных программ специальности;

Модуль «Социальное партнёрство и участие работодателей»

– организация взаимодействия с представителями сферы деятельности, ознакомительных и познавательных экскурсий с целью погружения в специальность;

– организация и проведение на базе организаций-партнёров мероприятий, посвященных специальности: презентации, лекции, акции;

– реализация социальных проектов по специальности, разрабатываемых и реализуемых совместно обучающимися, педагогами с организациями-партнёрами;

Модуль «Профессиональное развитие, адаптация и трудоустройство»

– организация конкурса профессионального мастерства, приуроченного к Дню специальности (День работника рекламы, День работников издательств, полиграфии и книгораспространения, возможно установить день специальности в образовательной организации, если такого нет в календаре дат и событий);

– участие в региональных, всероссийских и международных профессиональных проектах по специальности;

– проведение конкурса «Профессиональный студент» или «Профессиональная команда» по итогам профессиональных практик;

– организация участия волонтеров в мероприятиях социальных и производственных партнеров по специальности;

– организация клубов профессиональной направленности «Амбассадоры специальности»;

– проведение практико-ориентированных мероприятий, направленных на: соблюдение правил создания и редактирования текстового материала, разработку и проектирование дизайна рекламного продукта, производство рекламного продукта, специфику использования информационных технологий по специальности;

РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ

3.1 Кадровое обеспечение

– привлечение организаций профессиональной направленности с целью реализации воспитательной деятельности в рамках освоения образовательной программы по специальности;

3.2 Нормативно-методическое обеспечение

- приказ о проведении родительского собрания;
- положение о кураторе;
- программа «Психологическое сопровождение адаптации первокурсников»;
- программа «Психологическое сопровождения личностного и профессионального становления студента» (1–4 курс);
- приказы руководителя: об утверждении программы и положения о наставничестве, о назначении ответственного за организацию наставнической деятельности и контроль в ПОО, об утверждении наставников и наставляемых, об утверждении плана мероприятий наставнической деятельности и дорожной карты внедрения программы наставничества;
- договоры о сотрудничестве с социальными партнерами и работодателями;
- сетевая форма организации образовательного процесса (при наличии) и активное взаимодействие с профильными предприятиями, организациями и институтами, с целью обеспечения полного и практически-ориентированного образования: государственными компаниями, средствами массовой информации, рекламными агентствами, издательствами, сотрудничество с потенциальными работодателями и иными предприятиями различных организационно-правовых форм;

3.3 Система поощрения профессиональной успешности и проявлений активной жизненной позиции обучающихся

- наличие профессионального портфолио - способ документирования достижений, профессионального роста и активной жизненной позиции обучающегося;
- участие и результативность в конкурсах и мероприятиях профессиональной направленности, связанных с специальностью;
- рекомендации к поощрению от наставника, социальных и производственных партнеров;
- реализация просветительской деятельности в рамках освоения образовательных программ по специальности;
- успешное освоение образовательных программ по специальности;
- сертификаты, дипломы, грамоты, стипендии или призы, поощрительные письма, фотовыставки изделий, работ, публичное признание заслуг, публикации в СМИ, интервью, персональная выставка работ, направление на дополнительные образовательные программы, стажировки и др.;

3.4 Анализ воспитательного процесса

– анализ профессионально-трудового воспитания, ориентированного на практическую подготовку обучающегося и условий развивающей образовательной среды, способствующей профессиональному и личностному росту обучающихся в рамках освоения образовательной программы по специальности;

Календарный план воспитательной работы по специальности

Календарный план воспитательной работы по специальности разрабатывается в свободной форме, с указанием содержания, форм и видов воспитательной деятельности (по модулям) с учетом особенностей конкретной специальности.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ на 20 — 20 учебный год				
№	Формы, виды и содержание деятельности	Курсы, группы	Сроки	Ответственные
1. Образовательная деятельность				
1	...			
2. Кураторство				
1	...			
3. Наставничество				
1	День наставника специальности «Мастерская наставника»			
4. Основные воспитательные мероприятия				
1	День работников рекламы в России		23 октября	
2	День работников издательств, полиграфии и книгораспространения		Последняя суббота мая	
5. Организация предметно-пространственной среды				
1	...			
6. Взаимодействие с родителями (законными представителями)				
1	Церемония чествования семейных трудовых династий специальности			
7. Самоуправление				
	Презентация деятельности клубов «Амбассадоры специальности»		апрель	
8. Профилактика и безопасность				
1	Международный молодежный конкурс социальной антикоррупционной рекламы «Вместе против коррупции!» по двум номинациям: «Лучший плакат» и «Лучший видеоролик»		Май - 1 октябрь	
9. Социальное партнёрство и участие работодателей				
1	...			
10. Профессиональное развитие, адаптация и трудоустройство				
1	Всероссийский конкурс проектов «История профессии моей семьи: суперпрофессиональная семья»		Июнь-сентябрь-	
2	Организация и проведение конкурса по итогам производственной практики			

	«Профессиональный студент» и «Профессиональная команда»			
--	---	--	--	--

В ходе планирования воспитательной деятельности рекомендуется учитывать воспитательный потенциал участия обучающихся в мероприятиях, проектах, конкурсах, акциях, проводимых на уровне Российской Федерации, в том числе, с учетом специальности:

Россия – страна возможностей <https://rsv.ru/>;

Российское общество «Знание» <https://znanierussia.ru/>;

Российский Союз Молодежи <https://www.ruy.ru/>;

Российское Содружество Колледжей <https://rosdk.ru/>;

Ассоциация Волонтерских Центров <https://авц.рф/>;

Всероссийский студенческий союз <https://rosstudent.ru/>;

Институт развития профессионального образования <https://firpo.ru/>

«Большая перемена» <https://bolshayaperemena.online/>;

«Лидеры России» <https://лидерыроссии.рф/>;

«Мы Вместе» (волонтерство) <https://onf.ru/>;

ПРИМЕРНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ГИА
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ
42.02.01 РЕКЛАМА

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНЫХ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ГИА**
- 2. СТРУКТУРА ПРОЦЕДУР ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ**
- 3. ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА (РАБОТЫ)**

1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНЫХ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ГИА

1.1. Особенности образовательной программы

Примерные оценочные материалы разработаны для специальности 42.02.01 Реклама.

В рамках специальности СПО предусмотрено освоение квалификации: Специалист по рекламе.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен быть готов к выполнению видов деятельности, перечисленных в таблице №1.

Таблица №1.

Виды деятельности

Код и наименование вида деятельности (ВД)	Код и наименование профессионального модуля (ПМ), в рамках которого осваивается ВД
1	2
В соответствии с ФГОС	
ВД 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ВД 02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ВД 03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
ВД 04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

1.2. Требования к проверке результатов освоения образовательной программы

Результаты освоения основной профессиональной образовательной программы, демонстрируемые при проведении ГИА представлены в таблице №2.

Для проведения демонстрационного экзамена (далее – ДЭ) применяется комплект оценочной документации (далее - КОД), разрабатываемый оператором согласно п. 21 Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования (утв. Министерством просвещения Российской Федерации 8 ноября 2021 г. № 800) с указанием уровня проведения (базовый/профильный).

Перечень проверяемых требований к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы

ФГОС 42.02.01 Реклама		
Перечень проверяемых требований к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы ¹⁰		
Трудовая деятельность (основной вид деятельности)	Код проверяемого требования	Наименование проверяемого требования к результатам
1	2	3
ВД 01	Вид деятельности 1 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	
	ПК 1.1	Определение целевой аудитории и целевых групп
	ПК 1.2	Проведение анализа объема рынка
	ПК 1.3	Проведение анализа конкурентов
	ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ВД 02	Вид деятельности 2 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	
	ПК 2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
	ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
ВД 03	Вид деятельности Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	
	ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
	ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
	ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
ВД 04	Вид деятельности Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	
	ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании

¹⁰ при заполнении таблицы 2 необходимо учесть, что в нее вносятся только проверяемые требования.

ФГОС 42.02.01 Реклама Перечень проверяемых требований к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы ¹⁰		
Трудовая деятельность (основной вид деятельности)	Код проверяемого требования	Наименование проверяемого требования к результатам
	ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
	ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и выпускников из числа детей-инвалидов и инвалидов проводится ГИА с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников (далее - индивидуальные особенности).

Общие и дополнительные требования, обеспечиваемые при проведении ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей-инвалидов и инвалидов приводятся в комплекте оценочных материалов с учетом особенностей разработанного задания и используемых ресурсов.

Длительность проведения государственной итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе по специальности 42.02.01 Реклама определяется ФГОС СПО. Часы учебного плана (календарного учебного графика), отводимые на ГИА, определяются применительно к нагрузке обучающегося. В структуре времени, отводимого ФГОС СПО по основной профессиональной образовательной программе по специальности 42.02.01 Реклама на государственную итоговую аттестацию, образовательная организация самостоятельно определяет график проведения демонстрационного экзамена.

2. СТРУКТУРА ПРОЦЕДУР ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ

2.1. Описание структуры задания для процедуры ГИА в форме ДЭ

Для выпускников, осваивающих ППКРС государственная итоговая аттестация в соответствии с ФГОС СПО проводится в форме демонстрационного экзамена, а осваивающих ППССЗ – в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).

Задания, выносимые на демонстрационный экзамен, разрабатываются на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего профессионального образования, установленных ФГОС СПО, с учетом положений стандартов, а также квалификационных требований, заявленных организациями, работодателями, заинтересованными в подготовке кадров соответствующей квалификации.

Для выпускников, освоивших образовательные программы среднего профессионального образования проводится демонстрационный экзамен с использованием оценочных материалов, включающих в себя конкретные комплекты оценочной документации, варианты заданий и критерии оценивания, разрабатываемых оператором.

Комплект оценочной документации включает комплекс требований для проведения демонстрационного экзамена, перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания, план застройки площадки демонстрационного экзамена, требования к составу экспертных групп, инструкции по технике безопасности, а также образцы заданий.

Задание демонстрационного экзамена включает комплексную практическую задачу, моделирующую профессиональную деятельность и выполняемую в режиме реального времени. Образцы заданий в составе комплекта оценочной документации размещаются на сайте оператора до 1 октября года, предшествующего проведению демонстрационного экзамена (далее – ДЭ). Конкретный вариант задания доступен главному эксперту за день до даты ДЭ.

2.2. Порядок проведения процедуры ГИА в форме ДЭ

Порядок проведения процедуры государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования устанавливает правила организации и проведения организациями, осуществляющими образовательную деятельность по образовательным программам среднего профессионального образования, ГИА, завершающей освоение имеющих государственную аккредитацию основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования (программ подготовки квалифицированных рабочих, служащих и программ подготовки специалистов среднего звена) (далее - образовательные программы среднего профессионального образования), включая формы ГИА, требования к использованию средств обучения и воспитания, средств связи при проведении ГИА, требования, предъявляемые к лицам, привлекаемым к проведению ГИА, порядок подачи и рассмотрения апелляций, изменения и (или) аннулирования результатов ГИА, а также

особенности проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей-инвалидов и инвалидов.

Образовательная организация обеспечивает необходимые технические условия для обеспечения заданиями во время демонстрационного экзамена выпускников, членов ГЭК, членов экспертной группы. Демонстрационный экзамен проводится в центре проведения демонстрационного экзамена (далее – ЦПДЭ), представляющем собой площадку, оборудованную и оснащенную в соответствии с КОД. Федеральный оператор имеет право обследовать ЦПДЭ на предмет соответствия условиям, установленным КОД, в том числе в части наличия расходных материалов.

ЦПДЭ может располагаться на территории образовательной организации, а при сетевой форме реализации образовательных программ - также на территории иной организации, обладающей необходимыми ресурсами для организации ЦПДЭ.

Выпускники проходят демонстрационный экзамен в ЦПДЭ в составе экзаменационных групп. Образовательная организация знакомит с планом проведения демонстрационного экзамена выпускников, сдающих демонстрационный экзамен, и лиц, обеспечивающих проведение демонстрационного экзамена, в срок не позднее чем за 5 рабочих дней до даты проведения экзамена. Количество, общая площадь и состояние помещений, предоставляемых для проведения демонстрационного экзамена, должны обеспечивать проведение демонстрационного экзамена в соответствии с КОД.

Не позднее чем за один рабочий день до даты проведения демонстрационного экзамена главным экспертом проводится проверка готовности ЦПДЭ в присутствии членов экспертной группы, выпускников, а также технического эксперта, назначаемого организацией, на территории которой расположен ЦПДЭ, ответственного за соблюдение установленных норм и правил охраны труда и техники безопасности.

Главным экспертом осуществляется осмотр ЦПДЭ, распределение обязанностей между членами экспертной группы по оценке выполнения заданий демонстрационного экзамена, а также распределение рабочих мест между выпускниками с использованием способа случайной выборки. Результаты распределения обязанностей между членами экспертной группы и распределения рабочих мест между выпускниками фиксируются главным экспертом в соответствующих протоколах.

Допуск выпускников в ЦПДЭ осуществляется главным экспертом на основании документов, удостоверяющих личность.

Образовательная организация обязана не позднее чем за один рабочий день до дня проведения демонстрационного экзамена уведомить главного эксперта об участии в проведении демонстрационного экзамена тьютора (ассистента).

Требование к продолжительности демонстрационного экзамена:

Продолжительность демонстрационного экзамена (не более)	6:00:00 <рекомендуемая продолжительность не более 6 часов>
---	--

3. ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА (РАБОТЫ)¹¹

Программа организации проведения защиты дипломного проекта (работы) как часть программы ГИА должна включать:

3.1 Общие положения (включают описание порядка подготовки и защиты дипломного проекта (работы), основные требования к организации процедур);

Дипломный проект (работа) направлен на систематизацию и закрепление знаний выпускника по специальности, а также определение уровня готовности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. Дипломный проект (работа) предполагает самостоятельную подготовку (написание) выпускником проекта (работы), демонстрирующего уровень знаний выпускника в рамках выбранной темы, а также сформированность его профессиональных умений и навыков.

Дипломный проект (работа) выпускников, осваивающих образовательные программы в области искусств, может предполагать различные виды подготовки (в том числе исполнение сольной программы, исполнение концертной программы с участием в сольных и ансамблевых/ансамблевых и хоровых номерах, дирижирование и работа с хором, участие в спектакле или иное, в соответствии с требованиями, установленными ФГОС СПО).

Тематика дипломных проектов (работ) определяется образовательной организацией. Выпускнику предоставляется право выбора темы дипломного проекта (работы), в том числе предложения своей темы с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. Тема дипломного проекта (работы) должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования.

Для подготовки дипломного проекта (работы) выпускнику назначается руководитель и при необходимости консультанты, оказывающие выпускнику методическую поддержку.

Закрепление за выпускниками тем дипломных проектов (работ), назначение руководителей и консультантов осуществляется распорядительным актом образовательной организации.

3.2 Примерная тематика дипломных проектов (работы) по специальности;

1. Достижение целей рекламной коммуникации с помощью интернет- сайта и элементов фирменного стиля
2. Достижение целей рекламной коммуникации в среде Интернет спомощью веб-сайта
3. Разработка комплекса печатной рекламы в рамках коммуникационной политики фирмы
4. SMM, как средство реализации коммуникационной кампании социальной программы
5. Интернет-сайт, как способ формирования бренда
6. Достижение целей рекламной коммуникации посредством разработки элементов фирменного стиля и рекламной продукции
7. Печатная реклама, как средство поддержки SMM для реализации социальной программы
8. Айдентика, как средство рекламной коммуникации организации

¹¹ Заполняется только для специальностей среднего профессионального образования

9. Разработка рекламных коммуникационных элементов (под запросработодателя)
10. Разработка комплексной рекламной кампании (под запросработодателя)
11. Дизайн интерьера в рекламной коммуникации организации
12. Разработка коммуникационных элементов с целью формирования узнаваемости компании
13. Рестайлинг фирменного стиля, как элемент рекламной коммуникации
14. Разработка рекламной кампании с целью повышения узнаваемости организации
15. Разработка коммуникационной кампании для организации
16. Рестайлинг фирменного стиля с целью формирования имиджа компании и усиления рекламной коммуникации
17. Достижение целей в рекламной и маркетинговой коммуникации в сети Интернет с помощью интерактивного сайта
18. Разработка комплекса печатной рекламы в рамках коммуникационной политики организации
19. Разработка дизайна сайта и печатной рекламной продукции как элементов рекламной коммуникации компании
20. Фирменный стиль и мобильное приложение для достижения рекламной коммуникации организации
21. Разработка коммуникационной кампании
22. Разработка коммуникационной кампании с целью реализации сезонного предложения
23. Формирование бренда посредством айдентики в рамках стратегии «Имидж марки»
24. Разработка фирменного стиля и сайта для усиления В-to-Вкоммуникации
25. Рестайлинг фирменного стиля и разработка элементов рекламной коммуникации для интернет-магазина
26. Разработка фирменного стиля организации и его применение в комплексной рекламной кампании
27. Достижение целей рекламной коммуникации организации посредством проведения BTL-акции

3.3 Структура и содержание дипломного проекта (работы);

Дипломный проект (работа) имеет актуальность и практическую значимость и направлен на систематизацию и закрепление знаний выпускника по специальности 42.02.01 Реклама, а также определение уровня готовности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Тематика дипломных проектов (работ) ППССЗ представлена в п.3.2.

Темы дипломных работ (проектов) разрабатываются преподавателями специальности 42.02.01 Реклама совместно со специалистами предприятий или организаций, заинтересованных в разработке данных тем, и рассматриваются на заседании ПШК. Тема дипломного проекта (работы) может быть предложена студентом при условии обоснования им целесообразности её разработки и в случае написания им заявления.

Тема дипломного проекта (работы) должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования.

Для подготовки дипломного проекта (работы) выпускнику назначается руководитель и при необходимости консультанты, оказывающие выпускнику методическую поддержку.

Закрепление за выпускниками тем дипломных проектов (работ), назначение руководителей и консультантов осуществляется приказом директора ПОО.

По утвержденным темам руководители дипломного проекта (работы) разрабатывают индивидуальные задания для каждого студента. Задания на дипломный проект (работу)

рассматриваются на заседании ПЦК специальности в октябре месяце текущего года.

Процесс подготовки, сроки выполнения и защиты дипломного проекта (работы), последовательность этапов оформляется образовательной организацией самостоятельно.

Общее руководство и контроль за ходом выполнения дипломного проекта (работы) осуществляют заведующими отделениями, учебной частью, председатели ПЦК.

Основными функциями руководителя дипломного проекта (работы) являются:

- разработка индивидуальных заданий;
- консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения дипломного проекта (работы);
- оказание помощи студенту в подборе необходимой литературы;
- контроль хода выполнения дипломного проекта (работы);
- подготовка письменного отзыва на дипломный проект (работу);
- отслеживание календарного плана выполнения дипломной работы (проекта).

По завершении студентом дипломного проекта (работы) руководитель подписывает её и вместе с заданием и своим письменным отзывом передаёт в учебную часть.

Содержание дипломного проекта (работы) включает в себя:

- введение;
- теоретическую часть;
- практическая часть (расчетно-аналитическую часть, конструкторская часть, мероприятия по охране природы и охране труда, экономическое обоснование, согласно методическим рекомендациям по написанию дипломной работы (проекта) и индивидуального задания);
- выводы и заключение, рекомендации относительно возможностей применения полученных результатов;
- список использованных источников;
- приложения.

По структуре дипломная работа состоит из теоретической и практической части.

В теоретической части даётся теоретическое освещение темы на основе анализа имеющихся источников.

Практическая часть может быть представлена методикой, расчётами, анализом экспериментальных данных. Содержание теоретической и практической части определяются в зависимости от темы дипломной работы. Выполненные дипломные работы рецензируются специалистами из числа работников предприятий, организаций, преподавателей образовательных учреждений, хорошо владеющих вопросами, связанными с тематикой дипломных работ (проектов) работ.

Рецензия должна включать:

- заключение о соответствии дипломного проекта (работы) заданию на неё;
- оценку качества выполнения каждого раздела дипломной работы;
- оценку степени разработки новых вопросов, оригинальности решений(предложений), теоретической и практической значимости работы;
- предлагаемую оценку дипломной работы (проекта).

Внесение изменений в дипломный проект (работу) после получения рецензии не допускается.

После ознакомления с отзывом руководителя и рецензией дипломный проект (работа) передается в Государственную экзаменационную комиссию.

3.4. Порядок оценки результатов дипломного проекта (работы).

Критерии оценивания дипломного проекта.

При формировании критериев оценивания, необходимо учесть:

- критерии содержания дипломной работы (проекта):
 - 1) Оптимальный объем дипломного проекта – не менее 60 страниц печатного текста. К дипломному проекту имеются приложения, в.ч. копии документов, выдержки из

отчетных материалов, статистические данные, схемы, таблицы, диаграммы, программы, положения и т.п. и подтверждающие освоение общих профессиональных компетенций.

2) Тема дипломного проекта соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей

3) Структура дипломного проекта соответствует выбранной форме (дипломный проект)

4) Разделы раскрывают необходимые аспекты изучаемого объекта и предмета.

5) Практическая часть включает изделия, изготовленные обучающимся в соответствии с заданием, и (или) содержит расчеты, аналитические материалы, собранные в ходе производственной практики (преддипломной), а также продукты деятельности в соответствии с видами профессиональной деятельности.

- критерии оформления дипломной работы (проекта):

1) соответствие оформления работы требованиям Методических рекомендаций;

2) объем работы соответствует требованиям Методических рекомендаций;

3) практическая часть включает изделия, изготовленные обучающимся в соответствии с заданием, и (или) содержит расчеты, аналитические материалы, собранные в ходе производственной практики (преддипломной), а также продукты деятельности в соответствии с видами профессиональной деятельности;

4) в тексте есть ссылки на источники и литературу;

5) текст дипломного проекта оформлен в соответствии с ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»;

6) список источников и литературы актуален (не позднее 5 лет).

3.5 Порядок оценки защиты дипломного проекта (работы).

Критерии защиты дипломной работы (проекта):

1) использование обучающимся во время доклада подготовленного наглядного материала;

2) применение обучающимся во время доклада информационно-коммуникативных технологий, сопровождение доклада презентацией;

3) владение обучающимся профессиональной терминологией, коммуникативной культурой;

4) ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии.

Оценка	Критерии оценки содержания и защиты дипломного проекта (работы)
Отлично	Доклад структурирован, всестороннее освещение выбранной темы в тесной взаимосвязи с практикой и современными достижениями науки, техники и технологии; студент показал умение работать с основной литературой и нормативными документами; показывает глубокое знание специальной литературы; в дипломном проекте (работе) представлены точки зрения ученых (практиков) по рассматриваемой проблеме; демонстрирует самостоятельные суждения (или расчеты), имеющие принципиальное значение для разработки темы; представлены аргументированные теоретические обобщения и изложение собственного мнения по рассмотренным вопросам; даны практические рекомендации по повышению эффективности и качества работы исследуемой структуры или объекта; ответы на вопросы членов экзаменационной комиссии носят четкий характер, раскрывают сущность вопроса,

	<p>подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из дипломного проекта (работы), показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом; высокий уровень оформления работы и ее презентация при защите. Дипломный проект (работа) имеет положительные отзывы руководителя и рецензента.</p>
Хорошо	<p>Доклад структурирован, допускается погрешность в логике выведения одного из наиболее значимого вывода, но устраняется в ходе дополнительных уточняющих вопросов; в заключительной части нечетко начертаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы; Дипломный проект (работа) выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям; оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ней; ответы на вопросы членов экзаменационной комиссии носят расплывчатый характер, но при этом раскрывают сущность вопроса, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из дипломного проекта (работы); студент показывает самостоятельность и глубину изучения. Дипломный проект (работа) имеет положительные отзывы руководителя и рецензента.</p>
Удовлетворительно	<p>Доклад структурирован, допущены неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей работы и ее задач; допущена грубая погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая при указании на нее устраняется с трудом; в заключительной части слабо показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику; ответы на вопросы поверхностны, не отличаются глубиной и аргументированностью. В отзыве руководителя на дипломный проект (работу) указывают замечания и недостатки, которые не позволили студенту полно раскрыть тему.</p>
Неудовлетворительно	<p>Доклад не структурирован, слабо раскрываются причины выбора и актуальность темы, цели работы и ее задачи; допущены грубые погрешности в логике выведения нескольких из наиболее значимых выводов, которые при указании на них не устраняются; работа носит компилятивный характер; в заключительной части слабо отражаются перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Дипломный проект (работа) выполнена с нарушением целевой установки и не отвечает предъявляемым требованиям; в оформлении имеются отступления от требований. Ответы на вопросы членов экзаменационной комиссии носят поверхностный характер, не раскрывают его сущности, не подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из дипломного проекта (работы), показывают отсутствие самостоятельности и глубины изучения проблемы. В отзыве руководителя и рецензии на дипломный проект (работу) имеются существенные замечания.</p>