



Российский  
государственный  
гуманитарный  
университет

*[Handwritten signature]*

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по непрерывному образованию

/ П.П. Шкаренков

» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Аннотации дисциплин программы подготовки специалистов среднего звена  
специальности 42.02.01 Реклама  
специализация Менеджмент в рекламе  
Гуманитарного колледжа РГГУ

Индекс	Наименование дисциплин	Аннотации
ПП		Профессиональная подготовка
ОГСЭ		Общий гуманитарный и социально-экономический цикл
ОГСЭ.01	Основы философии	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и является общегуманитарной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК 1 – ОК 9.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия, познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основе формирования культуры гражданина и будущего специалиста;</li></ul> <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– основные категории и понятия философии;</li><li>– роль философии в жизни человека и общества;</li><li>– основы философского учения о бытии;</li><li>– сущность процесса познания;</li><li>– основы научной, философской и религиозной картин мира;</li><li>– об условиях формирования личности, свободе и ответственности за сохранение жизни, культуры, окружающей среды;</li><li>– о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий.</li></ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 58 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 48 часов;</li><li>-самостоятельная работа 10 часов.</li></ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li><li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li><li>- условия реализации программы учебной дисциплины;</li><li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li></ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: аттестация.</p>
ОГСЭ.	История	Рабочая программа учебной дисциплины является частью

02		<p>программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и является общегуманитарной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК 1–ОК 9.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;</li> <li>– выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;</li> </ul> <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX и XXI вв.);</li> <li>– сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX-XXI в.;</li> <li>– основные процессы (интеграционные, поликультурные, миграционные и иные) политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира;</li> <li>– назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;</li> <li>– о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций;</li> <li>– содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 58 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 48 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 10 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: экзамен.</p>
ОГСЭ. 03	Иностранный язык	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и является общегуманитарной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК 1–ОК 10.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;</li> </ul>

		<p>– переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности;</p> <p>– самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас;</p> <p><i>знать:</i></p> <p>– лексический (1200 - 1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.</p> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 200 часов, в том числе:</p> <p>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 172 часа;</p> <p>-самостоятельная работа 28 часов.</p> <p>В рабочей программе представлены:</p> <p>-результаты освоения учебной дисциплины;</p> <p>-структура и содержание учебной дисциплины;</p> <p>-условия реализации программы учебной дисциплины;</p> <p>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: аттестация.</p>
ОГСЭ. 04	Физическая культура/Адаптивная физическая культура	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и является дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК2, ОК3, ОК 6, ОК 8-ОК 10.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь:</i></p> <p>– использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;</p> <p><i>знать:</i></p> <p>– роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;</p> <p>– основы здорового образа жизни.</p> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 344 часа, в том числе:</p> <p>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 172 часа;</p> <p>-самостоятельная работа 172 часа.</p> <p>В рабочей программе представлены:</p> <p>-результаты освоения учебной дисциплины;</p> <p>-структура и содержание учебной дисциплины;</p> <p>-условия реализации программы учебной дисциплины;</p> <p>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и</p>

		<p>обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.</p>
ОГСЭ. 05	Основы социологии и политологии	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и является вариативной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1–ОК 9, ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 4.1.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять знания по социологии и политологии в различных сферах жизнедеятельности и непосредственно в профессиональной деятельности;</li> <li>– уметь использовать социологические методы с целью организации эффективного социального и политического взаимодействия в обществе;</li> </ul> <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– закономерности социальных и политических процессов и явлений;</li> <li>– социологические и политологические понятия, категории;</li> <li>– политико-социальные механизмы становления и развития отношений в группах, институтах общества.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 96 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 64 часа;</li> <li>-самостоятельная работа 32 часа.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
ОГСЭ. 06	Социальная психология	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и является вариативной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК 1, ОК 3, ОК 5, ОК 6, ОК 8.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать, прогнозировать и анализировать деловое общение;</li> <li>– применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;</li> <li>– устанавливать деловые контакты с учетом особенностей партнеров по общению и соблюдением делового этикета;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– современные тенденции развития социальной психологии как самостоятельной науки;</li> <li>– социально психологические методы исследования;</li> <li>– цели, функции, виды и уровни общения;</li> <li>– роли и ролевые ожидания в общении;</li> <li>– специфику делового общения, структуру коммуникативного акта и условия установления контакта;</li> <li>– нормы и правила профессионального поведения и этикета;</li> <li>– механизмы взаимопонимания в общении;</li> <li>– техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения;</li> <li>– этические принципы общения;</li> <li>– влияние индивидуальных особенностей партнеров на процесс общения;</li> <li>– закономерности формирования и развития команды.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося 96 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 64 часа;</li> <li>-самостоятельной работы обучающегося 32 часа.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
ОГСЭ.07	Основы права	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и является вариативной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК 2–ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работать с нормативно-правовыми актами, используя полученную информацию в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные закономерности развития государства и права, базовые институты и понятия отраслей российского права.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося 48 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 32 часа;</li> <li>-самостоятельной работы обучающегося 16 часов.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью</p>

		<p>соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
<p>ОГСЭ. 08</p>	<p>Русский язык и культура речи</p>	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл и является вариативной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК 2, ОК 3, ОК 5-ОК 10.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами;</li> <li>– анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи;</li> <li>– пользоваться словарями русского языка;</li> <li>– владеть понятием фонемы, фонетическими средствами речевой выразительности;</li> <li>– владеть нормами словоупотребления, определять лексическое значение слова;</li> <li>– находить и исправлять в тексте лексические ошибки, ошибки в употреблении фразеологизмов;</li> <li>– определять функционально-стилевую принадлежность слова; определять слова, относимые к авторским новообразованиям;</li> <li>– пользоваться нормами словообразования применительно к общеупотребительной, общенаучной и профессиональной лексике;</li> <li>– использовать словообразовательные средства в изобразительно-выразительных целях;</li> <li>– употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой и стилистическими особенностями создаваемого текста;</li> <li>– выявлять грамматические ошибки в тексте;</li> <li>– различать предложения простые и сложные, обособляемые обороты, прямую речь и слова автора, цитаты;</li> <li>– пользоваться багажом синтаксических средств при создании собственных текстов официально-делового, учебно-научного стилей;</li> <li>– редактировать собственные тексты и тексты других авторов;</li> <li>– пользоваться правилами правописания;</li> <li>– различать тексты по их принадлежности к стилям;</li> <li>– продуцировать разные типы речи, создавать тексты учебно-научного и официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов;</li> </ul> <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятия языка и речи, различия между языком и речью, функции языка, понятие о литературном языке, формы литературного языка, их отличительные особенности, признаки литературного языка и</li> </ul>



		<p>типы речевой нормы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие культуры речи, основные компоненты культуры речи (владение языковой, литературной нормой, соблюдение этики общения, учет коммуникативного компонента), качества, характеризующие речь;</li> <li>– основные словари русского языка;</li> <li>– фонетические единицы языка и фонетические средства языковой выразительности, особенности русского ударения и произношения, орфоэпические нормы;</li> <li>– лексические и фразеологические единицы языка, лексические и фразеологические нормы, изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии, лексические и фразеологические ошибки;</li> <li>– способы словообразования, стилистические возможности словообразования; словообразовательные ошибки;</li> <li>– самостоятельные и служебные части речи, нормативное употребление форм слова, стилистику частей речи: ошибки в формообразовании и употреблении частей речи;</li> <li>– синтаксический строй предложений, выразительные возможности русского синтаксиса;</li> <li>– правила правописания и пунктуации, принципы русской орфографии и пунктуации, понимать смысл различительную роль орфографии и знаков препинания;</li> <li>– функционально-смысловые типы речи, функциональные стили литературного языка, сферу их использования, их языковые признаки, особенности построения текста разных стилей.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 84 часа, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 56 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 28 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>- условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>- контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: экзамен.</p>
ЕН	Математический и общий естественнонаучный цикл	
ЕН.01	Математика	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в математический и естественнонаучный цикл и является учебной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1-ОК 10.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p>

		<p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять математические методы для решения профессиональных задач;</li> <li>– использовать приемы и методы математического синтеза и анализа в различных профессиональных ситуациях;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные понятия и методы математического синтеза и анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 60 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 40 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 20 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: аттестация.</p>
ЕН.02	Экологические основы природопользования	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в математический и естественнонаучный цикл и является учебной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1-ОК 4, ОК 6-ОК 8, ОК 11.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать представление:</li> <li>– о взаимосвязи организмов и среды обитания;</li> <li>– об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса;</li> <li>– о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды;</li> <li>– об экологических принципах рационального природопользования;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– правовые вопросы экологической безопасности.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 48 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 32 часа;</li> <li>-самостоятельная работа 16 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> </ul>



		<p>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
ЕН.03	Информатика/ Адаптивная информатика	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в математический и естественнонаучный цикл и является учебной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК 1-ОК 9, ОК 11.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать изученные прикладные программные средства;</li> <li>– использовать средства операционных систем и сред для обеспечения работы вычислительной техники;</li> </ul> <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применение программных методов планирования и анализа проведенных работ;</li> <li>– виды автоматизированных информационных технологий;</li> <li>– основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (далее - ЭВМ) и вычислительных систем;</li> <li>– основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 102 часа, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 68 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 34 часа.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
П	Профессиональный цикл	
ОП	Общепрофессиональные дисциплины	
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными</p>

		<p>компетенциями: ОК 1-ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.2.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике;</li> <li>– выполнять линейные построения предметов, интерьера, улицы, фигуры человека;</li> <li>– выполнять тональный рисунок;</li> <li>– выполнять стилизованную графику, выдерживая единство стиля;</li> <li>– применять изображение фигуры в композиции;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные положения теории перспективы;</li> <li>– способы линейного построения объектов;</li> <li>– конструкцию светотени;</li> <li>– профессиональную методику выполнения графической работы;</li> <li>– приемы графической стилизации;</li> <li>– пропорционирование головы, деталей лица, фигуры и ее частей.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 258 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 172 часа;</li> <li>-самостоятельная работа 86 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: аттестация.</p>
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1 - ОК 11, ПК 1.1- ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.2.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи;</li> <li>– использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике;</li> <li>– правильно использовать живописную технику;</li> <li>– выполнять живописный этюд;</li> <li>– выдерживать живописное состояние этюда;</li> <li>– создавать стилизованные изображения с использованием цвета;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные положения теории цветоведения;</li> <li>– способы создания цветовой композиции;</li> <li>– особенности работы с разными живописными техниками;</li> <li>– способы создания цветом объема и пространства;</li> <li>– методику использования цвета в живописном этюде фигуры;</li> <li>– возможности живописно-графических стилизаций;</li> <li>– методы создания стилизованных живописных изображений;</li> <li>– художественный язык использования цвета в электронном изображении.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 261 час, в том числе:  -обязательная аудиторная учебная нагрузка 174 часа;  -самостоятельная работа 102 часа.</p> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: аттестация.</p>
ОП.03	История изобразительного искусства	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1-ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать свои знания в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;</li> <li>– творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 123 часа, в том числе:  -обязательная аудиторная учебная нагрузка 82 часа;  -самостоятельная работа 41 час.</p> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> </ul>

		<p>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.</p>
ОП.04	Экономика организации	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3, ПК 3.2.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;</li> <li>– разрабатывать бизнес-план организации;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</li> <li>– основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;</li> <li>– пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 180 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 120 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 60 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1 – ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.5, ПК 2.1- ПК 2.3, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 4.1. –ПК 4.3.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся</p>

		<p>должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;</li> <li>– предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;</li> <li>– использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;</li> <li>– применять первичные средства пожаротушения;</li> <li>– ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;</li> <li>– применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;</li> <li>– владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;</li> <li>– оказывать первую помощь пострадавшим;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 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;</li> <li>– основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;</li> <li>– основы военной службы и обороны государства;</li> <li>– задачи и основные мероприятия гражданской обороны, способы защиты населения от оружия массового поражения;</li> <li>– меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;</li> <li>– организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;</li> <li>– основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;</li> <li>– область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы;</li> <li>– порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 102 часа, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 68 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 34 часа.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> </ul>
--	--	---

		<p>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
ОП.06	История мировой культуры	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в профессиональный цикл и является вариативной общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1, ОК 4, ПК 2.1.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понимать особенности и закономерности мирового исторического процесса, отражение его в развитии культуры;</li> <li>– обладать теоретическими знаниями о стилевых течениях в литературе, архитектуре, живописи, музыке;</li> <li>– ориентироваться в национальных особенностях того или иного направления в искусстве, творческих биографиях отдельных художников, музыкантов, писателей, архитекторов;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие мирового художественного процесса;</li> <li>– основные искусствоведческие понятия и термины;</li> <li>– различные виды искусства, их периодизацию;</li> <li>– основные направления и течения в литературе, архитектуре, живописи, музыке в различные исторические периоды.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 93 часа, в том числе:  -обязательная аудиторная учебная нагрузка 62 часа;  -самостоятельная работа 31 час.</p> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: аттестация.</p>
ОП.07	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной вариативной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1, ОК 6, ОК 7, ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 3.1, ПК 3.2,</p>

		<p>ПК 4.1.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– находить и использовать соответствующую информацию для принятия оптимального решения по проблемам коммуникационной активности на практике,</li> <li>– выбирать оптимальные структуры рекламного обращения, разрабатывать слоганы, рекламные тексты,</li> <li>– проводить исследования рынка рекламных услуг в регионе для конкретных практических мероприятий,</li> <li>– планировать рекламные кампании, кампании по директ-маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз,</li> <li>– разрабатывать стратегии по позиционированию брэндов,</li> <li>– анализировать и обосновывать выбор медиастратегий, каналов распространения информации,</li> <li>– оценивать коммуникативный эффект;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Комплекс маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– Основные понятия рекламы;</li> <li>– Основные направления рекламной деятельности предприятия. Функции, задачи, требования к рекламе;</li> <li>– Организацию и управление рекламной деятельностью;</li> <li>– Средства рекламы и особенности их выбора;</li> <li>– Социально-психологические аспекты рекламы;</li> <li>– Рекламные агентства;</li> <li>– Связи с общественностью (ПР). Основные направления деятельности. Формирование имиджа предприятия;</li> <li>– Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента;</li> <li>– Стимулирование сбыта и продаж. Приемы содействия продажам;</li> <li>– Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 135 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 90 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 45 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: экзамен.</p>
ОП.08	Психология рекламной деятельности	Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.



		<p>Дисциплина входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной вариативной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК1, ОК6, ОК7, ПК1.1, ПК1.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать методики оценки психологической эффективности воздействия рекламы;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теории и направления развития рекламной деятельности;</li> <li>– основы воздействия рекламы на поведение потребителя;</li> <li>– особенности функционирования таких познавательных психических процессов, как внимание, мышление, память, речь, определяющих вовлеченность личности в коммуникационное пространство рекламы;</li> <li>– знать механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 63 часа, в том числе:  -обязательная аудиторная учебная нагрузка 42 часа;  -самостоятельная работа 21 час.</p> <p>В рабочей программе представлены:  -результаты освоения учебной дисциплины;  -структура и содержание учебной дисциплины;  -условия реализации программы учебной дисциплины;  -контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
ОП.09	Копирайтинг	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина введена за счет вариативной части профессионального цикла общепрофессиональных дисциплин и является общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 3-ОК 6, ОК 8-ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.4.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать различные жанры рекламных и пиар-текстов, тексты для новых и нестандартных медиа;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– функциональные, композиционные, грамматические и</li> </ul>

		<p>стилистические особенности текстов в современных каналах коммуникации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– алгоритм подготовки рекламных текстов и основы SMM-продвижения;</li> <li>– опыт лучших образцов мирового копирайтинга и известных рекламных компаний по созданию мировых и российских брендов.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 114 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 76 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 38 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: зачет.</p>
ОП.10	Основы PR	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина введена за счет вариативной части профессионального цикла общепрофессиональных дисциплин и является общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1- ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять под контролем профессиональные функции специалиста по связям с общественностью в государственных, общественных и коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;</li> <li>– устанавливать и развивать деловые отношения с представителями государственных, финансовых и общественных структур, политических организаций, СМИ;</li> <li>– использовать полученные знания и навыки работы на практике в пресс-центрах, пресс-службах, PR-агентствах и СМИ;</li> <li>– применять методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике;</li> <li>– составлять и писать тексты ПР-жанров;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения профессии и отрасли бизнеса «публичных отношений»;</li> <li>– особенности развития связей с общественностью в современной России;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– субъекты и объекты, цели и функции PR, классификацию и основные направления услуг в области связей с общественностью;</li> <li>– функции отделов по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях;</li> <li>– структуру типового PR – агентства;</li> <li>– особенности работы со СМИ в PR-деятельности, требования СМИ к PR -материалам;</li> <li>– главные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью и российские правовые нормы профессиональные стандарты в области связей с общественностью.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 90 часов, в том числе:  -обязательная аудиторная учебная нагрузка 60 часов;  -самостоятельная работа 30 часов.</p> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачёт.</p>
ОП.11	Социология массовых коммуникаций	<p>Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Дисциплина введена за счет вариативной части профессионального цикла общепрофессиональных дисциплин и является общепрофессиональной дисциплиной.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК1, ОК 6-ОК 8, ПК 4.1.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен</p> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– преодолевать коммуникативные барьеры общения;</li> <li>– применять методы изучения и анализа коммуникативных процессов в целях эффективного медиапланирования;</li> <li>– выступать в качестве заказчика социологических исследований;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы теоретических представлений о сущности, особенностях, специфике социологии массовых коммуникаций;</li> <li>– основные теоретические модели и методы исследования, описывающие социальное действие, манипулятивный потенциал СМИ, коммуникацию и взаимодействие на микро- и макроуровнях.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 84 часа, в том числе:  -обязательная аудиторная учебная нагрузка 56 часов;  -самостоятельная работа 28 часов.</p>

		<p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения учебной дисциплины;</li> <li>-структура и содержание учебной дисциплины;</li> <li>-условия реализации программы учебной дисциплины;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: аттестация.</p>
ПМ	Профессиональные модули	
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	<p>Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Профессиональный модуль является частью цикла профессиональных модулей.</p> <p>В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1-ОК 11, ПК 1.1 - ПК 1.5.</p> <p>С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:</p> <p><i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбора художественной формы реализации рекламной идеи;</li> <li>– создания визуального образа с рекламными функциями;</li> <li>– художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</li> <li>– разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</li> <li>– использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;</li> <li>– составлять рекламные тексты;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;</li> <li>– приемы и принципы составления рекламного текста;</li> <li>– композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;</li> <li>– методы проектирования рекламного продукта;</li> <li>– методы психологического воздействия на потребителя.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 698 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-максимальная учебная нагрузка обучающегося 480 часов, включая:</li> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузки 311 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 169 часов;</li> <li>-учебная практика 181 час,</li> <li>-производственная практика 37 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения профессионального модуля;</li> </ul>

		<p>-структура и содержание профессионального модуля;  -условия реализации программы профессионального модуля;  -контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.</p> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: экзамен по модулю.</p>
ПМ.02	Производство рекламной продукции	<p>Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Профессиональный модуль является частью цикла профессиональных модулей.</p> <p>В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1-ОК 11, ПК 2.1 - 2.3.</p> <p>С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен</p> <p><i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</li> <li>– построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</li> <li>– подготовки к производству рекламного продукта;</li> <li>– производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</li> <li>– осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</li> <li>– использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</li> <li>– разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;</li> <li>– использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li> <li>– использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;</li> <li>– технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;</li> <li>– технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;</li> <li>– технические и программные средства для компьютерной</li> </ul>

		<p>обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологию создания Интернет-рекламы;</li> <li>– аппаратное и программное обеспечение.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 591 час, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-максимальная учебная нагрузка обучающегося 482 часа, включая:</li> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 330 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 152 часа;</li> <li>-производственная практика 109 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения профессионального модуля;</li> <li>-структура и содержание профессионального модуля;</li> <li>-условия реализации программы профессионального модуля;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: экзамен по модулю.</p>
ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	<p>Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Профессиональный модуль является частью цикла профессиональных модулей.</p> <p>В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1, ПК 3.2.</p> <p>С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен</p> <p><i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявления требований целевых групп потребителей;</li> <li>– разработки средств продвижения рекламного продукта;</li> <li>– разработки маркетинговой части бизнес-плана;</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>– анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</li> <li>– проводить сегментирование рынка;</li> <li>– принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– задачи, цели и общие требования к рекламе;</li> <li>– основные направления рекламной деятельности;</li> <li>– виды рекламной деятельности;</li> <li>– структуру рекламного рынка.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: всего 353 часа, в том числе:</p>

		<p>-максимальная учебная нагрузка обучающегося 171 час, в том числе:  -обязательная аудиторная учебная нагрузка 114 часов;  -самостоятельная работа 57 часов;  -учебная практика 145 часов,  -производственная практика 37 часов.</p> <p>В рабочей программе представлены:  -результаты освоения профессионального модуля;  -структура и содержание профессионального модуля;  -условия реализации программы профессионального модуля;  -контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.</p> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: экзамен по модулю.</p>
ПМ.04	<p>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>	<p>Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Профессиональный модуль является частью цикла профессиональных модулей.</p> <p>В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК 1 - ОК1 1, ПК 4.1-ПК 4.3.</p> <p>С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся, в ходе освоения профессионального модуля, должен</p> <p><i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</li> <li>– контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</li> <li>– взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li> <li>– подготовки документации для регистрации авторских прав;</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> <li>– работать с рекламой в средствах массовой информации;</li> <li>– проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</li> <li>– проводить презентацию рекламного продукта;</li> <li>– подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</li> </ul> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</li> <li>– основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</li> <li>– пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</li> </ul>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>– основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</li> <li>– аспекты планирования рекламы;</li> <li>– этапы принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>– классификацию целей менеджмента.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 188 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-максимальная учебная нагрузка обучающегося 115 часов, включая:</li> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 77 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 38 часов;</li> <li>-производственная практика 73 часа.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения профессионального модуля;</li> <li>-структура и содержание профессионального модуля;</li> <li>-условия реализации программы профессионального модуля;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: экзамен по модулю.</p>
ПМ.05	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	<p>Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Профессиональный модуль является частью цикла профессиональных модулей и является вариативным.</p> <p>В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен обладать следующими профессиональными компетенциями: ОК 1– ОК 11, ПК 5.1- ПК 5.5.</p> <p>С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся, в ходе освоения профессионального модуля, должен <i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ведения переговоров с заказчиком;</li> <li>– использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;</li> <li>– оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;</li> <li>– организации связи со средствами массовой информации;</li> <li>– создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;</li> <li>– работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;</li> <li>– использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;</li> <li>– использования информационных технологий для обработки текстовой информации;</li> <li>– использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации;</li> </ul>

*уметь:*

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию;

*знать:*

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру организаций;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства;
- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления текстов рекламных объявлений;
- основные средства компьютерной обработки информации;
- основы цифровой фотографии;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

		<p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 356 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-максимальная учебная нагрузка обучающегося 210 часов, включая:</li> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 140 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 70 часов;</li> <li>-производственная практика 146 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения профессионального модуля;</li> <li>-структура и содержание профессионального модуля;</li> <li>-условия реализации программы профессионального модуля;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: квалификационный экзамен.</p>
ПМ.06	Менеджмент в рекламе	<p>Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.</p> <p>Профессиональный модуль является частью цикла профессиональных модулей и является вариативным.</p> <p>В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен обладать следующими профессиональными компетенциями: ОК 1– ОК 11, ПК 1.1, ПК 6.1– ПК 6.4.</p> <p>С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся, в ходе освоения профессионального модуля, должен</p> <p><i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создания рекламного ролика в интернете;</li> <li>– организации собственного интернет-сообщества с целью продвижения товара/услуги;</li> <li>– запуска рекламной интернет-кампании;</li> <li>– создания газетно-журнального контента;</li> <li>– создания телепрограммы;</li> <li>– конструирования бренда и организации брендингового процесса;</li> <li>– использования методик исследования образа бренда;</li> <li>– применения концепции брендинга на практике;</li> <li>– организации event-мероприятий различных видов: деловых, массовых, корпоративных;</li> <li>– проектирования event-мероприятия;</li> <li>– применения теоретических основ при планировании и проведении event-мероприятий;</li> <li>– создания рекламного продукта;</li> <li>– документирования работы с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта;</li> <li>– совместной работы сотрудников рекламного предприятия.</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять оплаченный материал в интернете;</li> <li>– выявлять нативную рекламу и контент-маркетинг внутри</li> </ul>

интернет-наполнения любого сайта;

- создавать любой вид интернет-рекламы;
- продвигать товар/услугу в социальных сетях;
- отличать различные виды прессы, телеканалов, радиостанций по тематическим признакам;
- составлять недельную сетку вещания телеканала;
- использовать невербальную коммуникацию при налаживании диалога;
- искать необходимые данные для стабильного функционирования СМИ;
- понимать принципы дальнейшего развития СМИ в России;
- самостоятельно проводить оценку бренда;
- на основе анализа конкурентоспособности создавать бренд предприятия;
- разрабатывать стратегические планы продвижения бренда;
- применять методы анализа бренда;
- внедрять результаты анализа эффективности бренда торговой организации;
- рассчитывать бюджет event-мероприятия разного уровня;
- привлекать внимание к event-мероприятию средствами рекламы, PR и другими видами маркетинговых коммуникаций;
- разрабатывать этапы планирования и организации event-мероприятия
- вести переговоры с партнерами и подрядчиками event-проекта;
- оценивать перспективы развития рекламного бизнеса;
- разбираться в бизнес-процессах рекламного предприятия и способах их оптимизации;
- классифицировать виды рекламных услуг и рекламного производства;
- разрабатывать этапы планирования и организации рекламных компаний;

*знать:*

- виды рекламы в интернете;
- разновидности рекламы в социальных сетях;
- метод «воронки продаж»;
- основные рекламные алгоритмы;
- эффективные приемы продвижения товара/услуги в интернете;
- особенности современного рынка интернет-рекламы;
- последние тенденции развития рекламной отрасли;
- современное состояние газетной, телевизионной и радиоиндустрии в России;
- элементы информационного рынка России;
- основные печатные издания и принципы их работы;
- особенности современного российского телевидения;
- современное состояние радиовещания в России;
- тенденции развития СМИ как системы в России;
- основные принципы создания брендов;
- основы стратегического брендинга;
- методы создания корпоративного бренд-менеджмента;
- виды управленческих решений, направленных на повышение

		<p>эффективности бренда торговой организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные принципы организации event-мероприятий;</li> <li>– типологию, классификацию и различия видов event-мероприятий;</li> <li>– компетенции и обязанности event - менеджера;</li> <li>– виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности организации специальных событий;</li> <li>– теоретические основы и принципы функционирования рекламного бизнеса;</li> <li>– основных субъектов российского рекламного рынка и их роль в организации рекламного производства;</li> <li>– организационно-правовые основы рекламного бизнеса;</li> <li>– виды профессий в рекламном бизнесе и требования к ним.</li> </ul> <p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 599 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-максимальная учебная нагрузка обучающегося 489 часов, включая:</li> <li>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 326 часов;</li> <li>-самостоятельная работа 163 часа;</li> <li>-производственная практика 110 часов.</li> </ul> <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-результаты освоения профессионального модуля;</li> <li>-структура и содержание профессионального модуля;</li> <li>-условия реализации программы профессионального модуля;</li> <li>-контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.</li> </ul> <p>Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.</p> <p>Вид промежуточной аттестации: экзамен по модулю.</p>
--	--	--