

**Аннотации дисциплин, профессиональных модулей
программы подготовки специалистов среднего звена специальности 42.02.01 Реклама
специализации «Менеджмент в рекламе» (базовая подготовка)
Гуманитарного колледжа РГГУ**

Индекс	Наименование дисциплин	Аннотации
ОГСЭ	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл	
ПП	Профессиональная подготовка	
ОГСЭ. 01	Основы философии	<p>Рабочая программа 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: ОК1 – ОК9.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия, познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основе формирования культуры гражданина и будущего специалиста; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные категории и понятия философии; – роль философии в жизни человека и общества; – основы философского учения о бытии; – сущность процесса познания; – основы научной, философской и религиозной картин мира; – об условиях формирования личности, свободе и ответственности за сохранение жизни, культуры, окружающей среды; – о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 58 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 48 часов; -самостоятельная работа 10 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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. 02	История	<p>Рабочая программа 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</p>

		<p>обладать следующими общими компетенциями: ОК1–ОК9.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире; – выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX и XXI вв.); – сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX-XXI в.; – основные процессы (интеграционные, поликультурные, миграционные и иные) политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира; – назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности; – о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций; – содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины в соответствии с учебным планом:</p> <p>максимальная учебная нагрузка обучающегося 58 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 48 часов; -самостоятельная работа 10 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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: ОК1–ОК10.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; – переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности; – самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; <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 дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 200 часов, в том числе: -обязательная аудиторная учебная нагрузка 172 часа; -самостоятельная работа 28 часов.</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: аттестация.</p>
ОГСЭ. 04	Физическая культура/Адаптивная физическая культура	<p>Рабочая программа 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, ОК8-ОК10.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; – основы здорового образа жизни. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 344 часа, в том числе: -обязательная аудиторная учебная нагрузка 172 часа; -самостоятельная работа 172 часа.</p> <p>В рабочей программе представлены: -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы 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>

ОГСЭ. 05	Основы социологии и политологии	<p>Рабочая программа 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: ОК1–ОК9, ПК1.1, ПК1.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять знания по социологии и политологии в различных сферах жизнедеятельности и непосредственно в профессиональной деятельности; – уметь использовать социологические методы с целью организации эффективного социального и политического взаимодействия в обществе; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – закономерности социальных и политических процессов и явлений; – социологические и политологические понятия, категории; – политико-социальные механизмы становления и развития отношений в группах, институтах общества. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины в соответствии с учебным планом:</p> <p>максимальная учебная нагрузка обучающегося 96 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 64 часа; -самостоятельная работа 32 часа. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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: ОК1, ОК3, ОК5, ОК6, ОК8.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать, прогнозировать и анализировать деловое общение; – применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности; – использовать приемы само регуляции поведения в процессе

		<p>межличностного общения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – устанавливать деловые контакты с учетом особенностей партнеров по общению и соблюдением делового этикета; <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – современные тенденции развития социальной психологии как самостоятельной науки; – социально психологические методы исследования; – цели, функции, виды и уровни общения; – роли и ролевые ожидания в общении; – специфику делового общения, структуру коммуникативного акта и условия установления контакта; – нормы и правила профессионального поведения и этикета; – механизмы взаимопонимания в общении; – техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения; – этические принципы общения; – влияние индивидуальных особенностей партнеров на процесс общения; – закономерности формирования и развития команды. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося 96 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 64 часа; -самостоятельной работы обучающегося 32 часа. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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: ОК2–ОК4, ОК6, ОК7, ОК10.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с нормативно-правовыми актами, используя полученную информацию в профессиональной деятельности; <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные закономерности развития государства и права, базовые институты и понятия отраслей российского права. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося 48 часов, в том числе:</p>

		<p>-обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 32 часа;</p> <p>-самостоятельной работы обучающегося 16 часов.</p> <p>В рабочей программе представлены:</p> <p>-результаты освоения дисциплины;</p> <p>-структура и содержание дисциплины;</p> <p>- условия реализации программы дисциплины;</p> <p>-контроль и оценка результатов освоения дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы 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. 08	Русский язык и культура речи	<p>Рабочая программа 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: ОК2, ОК3, ОК5-ОК10.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</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 понятием фонемы, фонетическими средствами речевой выразительности; – владеть нормами словоупотребления, определять лексическое значение слова; – находить и исправлять в тексте лексические ошибки, ошибки в употреблении фразеологизмов; – определять функционально-стилевую принадлежность слова; определять слова, относимые к авторским новообразованиям; – пользоваться нормами словообразования применительно к общеупотребительной, общенаучной и профессиональной лексике; – использовать словообразовательные средства в изобразительно-выразительных целях; – употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой и стилистическими особенностями создаваемого текста; – выявлять грамматические ошибки в тексте; – различать предложения простые и сложные, обособляемые обороты, 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;

	<ul style="list-style-type: none"> – пользоваться правилами правописания; – различать тексты по их принадлежности к стилям; – продуцировать разные типы речи, создавать тексты учебно-научного и официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов; <p style="text-align: center;"><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 типы речевой нормы; – понятие культуры речи, основные компоненты культуры речи (владение языковой, литературной нормой, соблюдение этики общения, учет коммуникативного компонента), качества, характеризующие речь; – основные словари русского языка; – фонетические единицы языка и фонетические средства языковой выразительности, особенности русского ударения и произношения, орфоэпические нормы; – лексические и фразеологические единицы языка, лексические и фразеологические нормы, изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии, лексические и фразеологические ошибки; – способы словообразования, стилистические возможности словообразования; словообразовательные ошибки; – самостоятельные и служебные части речи, нормативное употребление форм слова, стилистику частей речи: ошибки в формообразовании и употреблении частей речи; – синтаксический строй предложений, выразительные возможности русского синтаксиса; – правила правописания и пунктуации, принципы русской орфографии и пунктуации, понимать смысл различительную роль орфографии и знаков препинания; – функционально-смысловые типы речи, функциональные стили литературного языка, сферу их использования, их языковые признаки, особенности построения текста разных стилей. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины в соответствии с учебным планом: 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: -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы 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 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.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК1-ОК10.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять математические методы для решения профессиональных задач; – использовать приемы и методы математического синтеза и анализа в различных профессиональных ситуациях; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и методы математического синтеза и анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины в соответствии с учебным планом:</p> <p>максимальная учебная нагрузка обучающегося 60 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 40 часов; -самостоятельная работа 20 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК1-ОК4, ОК6-ОК8, ОК11.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать представление: – о взаимосвязи организмов и среды обитания; – об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса; – о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды; – об экологических принципах рационального природопользования; <p><i>знать</i>:</p>

		<p>– правовые вопросы экологической безопасности.</p> <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 48 часов, в том числе: -обязательная аудиторная учебная нагрузка 32 часа; -самостоятельная работа 16 часов.</p> <p>В рабочей программе представлены: -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы 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 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.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими компетенциями: ОК1-ОК9, ОК11.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать изученные прикладные программные средства; – использовать средства операционных систем и сред для обеспечения работы вычислительной техники; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применение программных методов планирования и анализа проведенных работ; – виды автоматизированных информационных технологий; – основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (далее - ЭВМ) и вычислительных систем; – основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 102 часа, в том числе: -обязательная аудиторная учебная нагрузка 68 часов; -самостоятельная работа 34 часа.</p> <p>В рабочей программе представлены: -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках</p>

		образовательного процесса. Вид промежуточной аттестации: зачет.
П	Профессиональный цикл	
ОП	Общепрофессиональные дисциплины	
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	<p>Рабочая программа 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: ОК1-ОК11, ПК1.1-ПК1.3, ПК2.1, ПК2.2.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике; – выполнять линейные построения предметов, интерьера, улицы, фигуры человека; – выполнять тональный рисунок; – выполнять стилизованную графику, выдерживая единство стиля; – применять изображение фигуры в композиции; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные положения теории перспективы; – способы линейного построения объектов; – конструкцию светотени; – профессиональную методику выполнения графической работы; – приемы графической стилизации; – пропорционирование головы, деталей лица, фигуры и ее частей. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины в соответствии с учебным планом: максимальная учебная нагрузка обучающегося 258 часов, в том числе: -обязательная аудиторная учебная нагрузка 172 часа; -самостоятельная работа 86 часов.</p> <p>В рабочей программе представлены: -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины.</p> <p>Содержание рабочей программы 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 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: ОК1-ОК11, ПК1.1-ПК1.3, ПК2.1, ПК2.2.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи; – использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике; – правильно использовать живописную технику; – выполнять живописный этюд; – выдерживать живописное состояние этюда; – создавать стилизованные изображения с использованием цвета; – использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные положения теории цветоведения; – способы создания цветовой композиции; – особенности работы с разными живописными техниками; – способы создания цветом объема и пространства; – методику использования цвета в живописном этюде фигуры; – возможности живописно-графических стилизаций; – методы создания стилизованных живописных изображений; – художественный язык использования цвета в электронном изображении. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 261 час, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 174 часа; -самостоятельная работа 87 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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: ОК1-ОК11, ПК1.1, ПК1.2.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать свои знания в профессиональной деятельности; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – характерные черты художественных стилей различных исторических эпох; – творчество наиболее значительных художников, скульпторов,

		<p>архитекторов.</p> <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 123 часа, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 82 часа; -самостоятельная работа 41 час. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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: ОК1 - ОК11, ПК2.1-ПК2.3, ПК3.2.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; – разрабатывать бизнес-план организации; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; – основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; – пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 180 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 120 часов; -самостоятельная работа 60 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС</p>

по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Дисциплина входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК1-ОК9, ПК1.1-ПК1.5, ПК2.1-ПК2.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1. –ПК4.3.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *уметь*:

- организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;
- предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;
- использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;
- применять первичные средства пожаротушения;
- ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;
- применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;
- владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;
- оказывать первую помощь пострадавшим;

знать:

- принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;
- основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;
- основы военной службы и обороны государства;
- задачи и основные мероприятия гражданской обороны, способы защиты населения от оружия массового поражения;
- меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;
- организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;
- основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;
- область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы;
- порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.

Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 102 часа, в том

		<p>числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 68 часов; -самостоятельная работа 34 часа. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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: ОК1, ОК4, ПК2.1.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимать особенности и закономерности мирового исторического процесса, отражение его в развитии культуры; – обладать теоретическими знаниями о стилевых течениях в литературе, архитектуре, живописи, музыке; – ориентироваться в национальных особенностях того или иного направления в искусстве, творческих биографиях отдельных художников, музыкантов, писателей, архитекторов; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятие мирового художественного процесса; – основные искусствоведческие понятия и термины; – различные виды искусства, их периодизацию; – основные направления и течения в литературе, архитектуре, живописи, музыке в различные исторические периоды. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 93 часа, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 62 часа; -самостоятельная работа 31 час. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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	<p>Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС</p>

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

		Вид промежуточной аттестации: экзамен.
ОП.08	Психология рекламной деятельности	<p>Рабочая программа 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: ОК1, ОК6, ОК7, ПК1.1, ПК1.3, ПК3.1, ПК3.2, ПК4.1.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать методики оценки психологической эффективности воздействия рекламы; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теории и направления развития рекламной деятельности; – основы воздействия рекламы на поведение потребителя; – особенности функционирования таких познавательных психических процессов, как внимание, мышление, память, речь, определяющих вовлеченность личности в коммуникационное пространство рекламы; – знать механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 63 часа, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 42 часа; -самостоятельная работа 21 час. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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: ОК3-ОК6, ОК8-ОК11, ПК1.1, ПК1.4.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создавать различные жанры рекламных и пиар-текстов, тексты для новых и нестандартных медиа; <p><i>знать</i>:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> – функциональные, композиционные, грамматические и стилистические особенности текстов в современных каналах коммуникации; – алгоритм подготовки рекламных текстов и основы SMM-продвижения; – опыт лучших образцов мирового копирайтинга и известных рекламных компаний по созданию мировых и российских брендов. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 114 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 76 часов; -самостоятельная работа 38 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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-ОК11, ПК6.1, ПК6.2.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; – устанавливать и развивать деловые отношения с представителями государственных, финансовых и общественных структур, политических организаций, СМИ; – использовать полученные знания и навыки работы на практике в пресс-центрах, пресс-службах, PR-агентствах и СМИ; – применять методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике; – составлять и писать тексты PR-жанров; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения профессии и отрасли бизнеса «публичных отношений»; – особенности развития связей с общественностью в современной России;

		<ul style="list-style-type: none"> – субъекты и объекты, цели и функции PR, классификацию и основные направления услуг в области связей с общественностью; – функции отделов по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях; – структуру типового PR – агентства; – особенности работы со СМИ в PR-деятельности, требования СМИ к PR -материалам; – главные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью и российские правовые нормы профессиональные стандарты в области связей с общественностью. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 90 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -обязательная аудиторная учебная нагрузка 60 часов; -самостоятельная работа 30 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. <p>Содержание рабочей программы 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 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 дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – преодолевать коммуникативные барьеры общения; – применять методы изучения и анализа коммуникативных процессов в целях эффективного медиапланирования; – выступать в качестве заказчика социологических исследований; <p><i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы теоретических представлений о сущности, особенностях, специфике социологии массовых коммуникаций; – основные теоретические модели и методы исследования, описывающие социальное действие, манипулятивный потенциал СМИ, коммуникацию и взаимодействие на микро- и макроуровнях. <p>Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальная учебная нагрузка обучающегося 84 часа, в том числе:</p>

		<p>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 56 часов; -самостоятельная работа 28 часов. В рабочей программе представлены: -результаты освоения дисциплины; -структура и содержание дисциплины; - условия реализации программы дисциплины; -контроль и оценка результатов освоения дисциплины. Содержание рабочей программы дисциплины полностью соответствует ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса. 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. Профессиональный модуль является частью цикла профессиональных модулей. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями: ОК1-ОК11, ПК 1.1-ПК 1.5. 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"> – выбора художественной формы реализации рекламной идеи; – создания визуального образа с рекламными функциями; – художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; – разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; – использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; – составлять рекламные тексты; <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; – приемы и принципы составления рекламного текста; – композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; – методы проектирования рекламного продукта; – методы психологического воздействия на потребителя. <p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 698 часов, в том числе: -максимальная учебная нагрузка обучающегося 480 часов, включая: -обязательная аудиторная учебная нагрузки 311 часов; -самостоятельная работа 150 часов; -учебная практика 169 часов, -производственная практика 37 часов.</p>

		<p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения профессионального модуля; -структура и содержание профессионального модуля; -условия реализации программы профессионального модуля; -контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля. <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>
<p>ПМ.02</p>	<p>Производство рекламной продукции</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: ОК1-ОК11, 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 style="padding-left: 40px;"><i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; – построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; – подготовки к производству рекламного продукта; – производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; <p style="padding-left: 40px;"><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; – осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; – использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; – разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; – использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; – использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта; <p style="padding-left: 40px;"><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; – технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; – технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; – технические и программные средства для компьютерной

		<p>обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – технологию создания Интернет-рекламы; – аппаратное и программное обеспечение. <p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 591 час, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -максимальная учебная нагрузка обучающегося 482 часа, включая: -обязательная аудиторная учебная нагрузка 330 часов; -самостоятельная работа 152 часа; -производственная практика 109 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения профессионального модуля; -структура и содержание профессионального модуля; -условия реализации программы профессионального модуля; -контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля. <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>
<p>ПМ.03</p>	<p>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации 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: ОК1 - ОК11, ПК 3.1, ПК3.2.</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"> – выявления требований целевых групп потребителей; – разработки средств продвижения рекламного продукта; – разработки маркетинговой части бизнес-плана; <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; – анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; – проводить сегментирование рынка; – принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – задачи, цели и общие требования к рекламе; – основные направления рекламной деятельности; – виды рекламной деятельности; – структуру рекламного рынка. <p>Количество часов на освоение программы учебной дисциплины в соответствии с учебным планом: всего 353 часа, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -максимальная учебная нагрузка обучающегося 171 час, в том числе:

		<p>-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>
<p>ПМ.04</p>	<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: ОК1 - ОК11, ПК4.1-ПК4.3.</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"> – планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; – контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; – взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; – подготовки документации для регистрации авторских прав; <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; – работать с рекламой в средствах массовой информации; – проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; – проводить презентацию рекламного продукта; – подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав; <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; – основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; – пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; – основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

		<ul style="list-style-type: none"> – аспекты планирования рекламы; – этапы принятия и реализации управленческих решений; – классификацию целей менеджмента. <p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 188 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -максимальная учебная нагрузка обучающегося 115 часов, включая: -обязательная аудиторная учебная нагрузка 77 часов; -самостоятельная работа 38 часов; -производственная практика 73 часа. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения профессионального модуля; -структура и содержание профессионального модуля; -условия реализации программы профессионального модуля; -контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля. <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: ОК1–ОК11, ПК5.1–ПК5.5.</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"> – ведения переговоров с заказчиком; – использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; – оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; – организации связи со средствами массовой информации; – создания и оформления простых текстов рекламных объявлений; – работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; – использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы; – использования информационных технологий для обработки текстовой информации; – использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации; <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;

		<ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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>
--	--	--

		<p>-максимальная учебная нагрузка обучающегося 210 часов, включая:</p> <p>-обязательная аудиторная учебная нагрузка 140 часов;</p> <p>-самостоятельная работа 70 часов;</p> <p>-производственная практика 146 часов.</p> <p>В рабочей программе представлены:</p> <p>-результаты освоения профессионального модуля;</p> <p>-структура и содержание профессионального модуля;</p> <p>-условия реализации программы профессионального модуля;</p> <p>-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: квалификационный экзамен.</p>
<p>ПМ.06</p>	<p>Менеджмент в рекламе</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 и является вариативным.</p> <p>В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен обладать следующими профессиональными компетенциями: ОК1–ОК11, ПК1.1, ПК6.1–ПК6.4.</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"> – создания рекламного ролика в интернете; – организации собственного интернет-сообщества с целью продвижения товара/услуги; – запуска рекламной интернет-кампании; – создания газетно-журнального контента; – создания телепрограммы; – конструирования бренда и организации брендингового процесса; – использования методик исследования образа бренда; – применения концепции брендинга на практике; – организации event-мероприятий различных видов: деловых, массовых, корпоративных; – проектирования event-мероприятия; – применения теоретических основ при планировании и проведении event-мероприятий; – создания рекламного продукта; – документирования работы с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта; – совместной работы сотрудников рекламного предприятия. <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – определять оплаченный материал в интернете; – выявлять нативную рекламу и контент-маркетинг внутри интернет-наполнения любого сайта; – создавать любой вид интернет-рекламы;

		<ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 эффективности бренда торговой организации; – основные принципы организации event-мероприятий; – типологию, классификацию и различия видов event-
--	--	---

		<p>мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> – компетенции и обязанности event - менеджера; – виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности организации специальных событий; – теоретические основы и принципы функционирования рекламного бизнеса; – основных субъектов российского рекламного рынка и их роль в организации рекламного производства; – организационно-правовые основы рекламного бизнеса; – виды профессий в рекламном бизнесе и требования к ним. <p>Количество часов на освоение программы профессионального модуля: всего 599 часов, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> -максимальная учебная нагрузка обучающегося 489 часов, включая: -обязательная аудиторная учебная нагрузка 326 часов; -самостоятельная работа 163 часа; -производственная практика 110 часов. <p>В рабочей программе представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> -результаты освоения профессионального модуля; -структура и содержание профессионального модуля; -условия реализации программы профессионального модуля; -контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля. <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>
--	--	--