УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ «КУП»

Документ подписан электронной подписью
Сертификат: 02B0CCBA000DAE0C924134A53D7C27E49F
Владелец: Батрак Андрей Анатольевич
Действителен: с 29.12.2021 по 29.03.2023

_____ А.А. Батрак
«__01__»_____04_____ 2022 г.

Приказ № 01-03-034 от 01.04.2022

АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ, ПРАКТИК ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Специальность 42.02.01 Реклама
(базовая подготовка)

Укрупненная группа профессий, специальностей, направлений подготовки:
УГС 42.00.00 Средство массовой информации и информационно-библиотечное дело

Квалификация: Специалист по рекламе

Форма обучения: ***очная, заочная***

Срок реализации образовательной программы:

2 года 10 месяцев, 3 года 10 месяцев на базе среднего общего образования

МОСКВА 2022

Оглавление

ОГСЭ.00 Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл
ОГСЭ.01 Основы философии
ОГСЭ.02 История
ОГСЭ.03 Иностранный язык
ОГСЭ.04 Физическая культура/Адаптивная физическая культура
ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи
ОГСЭ 06 Этика и психология делового общения
ЕН.00 Математический и общий естественнонаучный учебный цикл
ЕН.01 Математика
ЕН.02 Экологические основы природопользования
ЕН.03 Информатика\Адаптивная информатика
П.00 Профессиональный учебный цикл
ОП.00 Общепрофессиональные дисциплины
ОП.01 Рисунок с основами перспективы
ОП.02 Живопись с основами цветоведения
ОП.03 История изобразительного искусства
ОП.04 Экономика организации
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности
ОП 06 Основы рекламной деятельности
ОП.07 Социальная реклама
ОП 08 Основы теории коммуникации
ОП 09 Рекламный и PR - текст
ОП.10 Управление качеством рекламы
ПМ.00 Профессиональные модули
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта
ПМ.02 Производство рекламной продукции
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)
Практики
Учебная практика
УП.01 Учебная практика

УП.02	Учебная практика
УП.03	Учебная практика
УП.04	Учебная практика
УП.05	Учебная практика
ПП.00	Производственная практика
ПП.01	Производственная практика (по профилю специальности)
ПП.02	Производственная практика (по профилю специальности)
ПП.03	Производственная практика (по профилю специальности)
ПП.04	Производственная практика (по профилю специальности)
ПП.05	Производственная практика (по профилю специальности)
ПДП.00	Производственная практика (преддипломная)

ОГСЭ.00 Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл

Дисциплина

ОГСЭ.01. ОСНОВЫ ФИЛОСОФИИ

Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих компетенций: ОК 1-9.

Цели учебной дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

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

знать:

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

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	62
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	14
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОГСЭ.02. ИСТОРИЯ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих компетенций: ОК 1-9.

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

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

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

знать:

- основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX и XXI вв.);
- сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX - начале XXI вв.;
- 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 нормативных правовых актов мирового и регионального значения;

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	65
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	51
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	14
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОГСЭ.03. ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу.

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

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:
уметь:

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

знать:

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

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	220
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	172
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	48
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОГСЭ.04. Физическая культура/Адаптивная физическая культура

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих компетенций: ОК 2, 3, 6, 8 - 10

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

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:
уметь:

- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;

знать:

- о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;
- основы здорового образа жизни.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**

Максимальная учебная нагрузка (всего)	344
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	172
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	172
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОГСЭ.05. РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих компетенций: ОК 2-6; 8; 9.

Цели учебной дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся ***должен уметь***:

- использовать языковые единицы в соответствии с современными нормами литературного языка;
- строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами;
- анализировать свою речь с точки зрения её нормативности, уместности и целесообразности;
- обнаруживать и устранять ошибки и недочеты на всех уровнях структуры языка;
- пользоваться словарями русского языка, продуцировать тексты основных деловых и учебно-научных жанров.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся ***должен знать*:**

- основные составляющие языка, устной и письменной речи, нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи, культуру речи;
- понятие о нормах русского литературного языка;
- основные фонетические единицы и средства языковой выразительности;
- орфоэпические нормы, основные принципы русской орфографии;
- лексические нормы; использование изобразительно- выразительных средств;
- морфологические нормы, грамматические категории и способы их выражения в современном русском языке;
- основные единицы синтаксиса; русскую пунктуацию;
- функциональные стили современного русского языка, взаимодействие функциональных стилей;
- структуру текста, смысловую и композиционную целостность текста;
- функционально- смысловые типы текстов;
- специфику использования элементов различных языковых уровней в научной речи;

- жанровую дифференциацию и отбор языковых средств в публицистическом стиле, особенности устной публичной речи.
- сфера функционирования публицистического стиля, жанровое разнообразие;
- языковые формулы официальных документов;
- приемы унификации языка служебных документов;
- правила оформления документов;
- основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	65
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	51
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	14
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОГСЭ.06. ЭТИКА И ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих компетенций: ОК.01-09

Цели учебной дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен уметь:**

- планировать, прогнозировать и анализировать деловое общение;
- применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;
- использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;
- устанавливать деловые контакты с учетом особенностей партнеров по общению и соблюдением делового этикета;

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен знать:**

- 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;
- источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов;
- закономерности формирования и развития команды.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	87
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	68
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	19
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

ЕН.00 Математический и общий естественнонаучный учебный цикл

Дисциплина

ЕН.01. МАТЕМАТИКА

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина входит в математический и общий естественнонаучный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1-10.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен ***уметь*:**

- применять математические методы для решения профессиональных задач;
- использовать приемы и методы математического синтеза и анализа в различных профессиональных ситуациях;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен ***знать*:**

- основные понятия и методы математического синтеза и анализа,
- дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики;

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	76
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	51
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	25
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ЕН.02. Экологические основы природопользования

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина входит в математический и общий естественнонаучный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих компетенций: ОК 1 – ОК 4; ОК 6- ОК 8; ОК 11.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен ***уметь*** 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;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен ***знать*****:**

- правовые вопросы экологической безопасности

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	51
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	34
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	17
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ЕН.03. Информатика\Адаптивная информатика

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина входит в математический и общий естественнонаучный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1-9; ОК 11.

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

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

уметь:

- использовать изученные прикладные программные средства;
- использовать средства операционных систем и сред для обеспечения работы вычислительной техники;

знать:

- применение программных методов планирования и анализа проведенных работ;
- виды автоматизированных информационных технологий;
- основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (далее - ЭВМ) и вычислительных систем;
- основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методах и средствах сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	102
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	68
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	34
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

П.00 Профессиональный учебный цикл

ОП.00 Общепрофессиональные дисциплины

Дисциплина

ОП.01. РИСУНОК С ОСНОВАМИ ПЕРСПЕКТИВЫ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1- ПК 1.3; ПК 2.1-ПК 2.2.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен ***уметь*:**

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен ***знать*:**

- 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.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Трудоемкость дисциплины	327
Учебная нагрузка в часах при взаимодействии с преподавателем	218
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	109
Промежуточная аттестация – диф. Зачет, экзамен	-

Дисциплина

ОП.02. ЖИВОПИСЬ С ОСНОВАМИ ЦВЕТОВЕДЕНИЯ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1- ПК 1.3; ПК 2.1- ПК 2.2.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен ***уметь:***

- выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи;
- использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике;
- правильно использовать живописную технику;
- выполнять живописный этюд;
- выдерживать живописное состояние этюда;
- создавать стилизованные изображения с использованием цвета;
- использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен ***знать:***

- 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;

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	255
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	170
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	85
Промежуточная аттестация – диф. Зачет, экзамен	-

Дисциплина

ОП.03. ИСТОРИЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1- ОК 11, ПК 1.1.- ПК 1.2.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

уметь:

- использовать свои знания в профессиональной деятельности;

знать:

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

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	153
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	102
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	51
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОП.04. ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1 - 11; ПК 2.1 - 2.4, ПК 3.2

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

уметь:

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

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	24
Промежуточная аттестация – экзамен	-

Дисциплина

ОП.05. БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1 - 9 ПК 1.1 - 1.5; 2.1 - 2.3; 3.1 - 3.2; 4.1 - 4.3

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

В результате освоения учебной 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;
- основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;
- 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.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	105
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	70
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	35
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОП.06. ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1-10; ПК 1.1-ПК 1.5;ПК 2.1- ПК 2.3;ПК 3.1-ПК 3.2;ПК 4.2

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

Целями учебной дисциплины **ОП. 06 Основы рекламной деятельности**-выработать у студентов профессиональный взгляд на рекламную деятельность, который поможет им в будущем создавать эффективный рекламный продукт.

В соответствии с целью изучения дисциплины определяются ее **задачи,** среди которых главными являются:

- сформировать кругозор будущих рекламистов путем освоения ими большого объема знаний о рекламе;
- достичь понимания студентами процессов, характеризующих современный отечественный и мировой рынок рекламы и его перспективы;
- обеспечить доступ студентов к современным источникам оперативной информации о состоянии и перспективах развития отечественного и мирового рынка рекламы.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	77
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	51
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	26
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОП.07. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1-10; ПК 1.1- ПК 1.5;ПК 2.1;ПК 2.3;ПК 3.1;ПК 3.2;ПК 4.2

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

Целями учебной дисциплины «Социальная реклама» является изучение места и роли социальной рекламы в жизнедеятельности общества, специфики и особенностей различных форм и видов социальной рекламы, овладение навыками создания рекламного продукта в социальной сфере.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение системы знаний в области социальной рекламы как теоретической и прикладной дисциплины;
- уяснение принципов и мультимедийных технологий создания визуальных образов и слогана социальной рекламы;
- ознакомление с отечественным и мировым опытом формирования и развития социальной рекламы, эволюцией ее основных этапов, школ и форм ее развития;
- понимание особенностей российской социальной рекламы, а также современных методов и методик исследования ее эффективности, умения применять на практике;
- формирование у будущих специалистов в области рекламы способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста;
- формирование умений разрабатывать рекламные продукты в сфере социальной рекламы с учетом современных требований и учетом реального состояния социальных проблем российского общества;

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	123
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	82
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	41
Промежуточная аттестация – диф. Зачет, экзамен	-

Дисциплина

ОП.08. ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих компетенций: ОК 1-10

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

Целями учебной дисциплины **ОП. 08 «Основы теории коммуникации»** являются изучение теории и практики межличностной и массовой коммуникации, получение научных знаний об актуальных проблемах организации и управления

коммуникативным актом, коммуникативным процессом и коммуникативной системой, как на уровне организации, так и на уровне государства.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение системы знаний в области теории коммуникации как теоретической и прикладной дисциплины;
- понимание эволюции коммуникации, роль современных коммуникативных средств и информации;
- понимание исторических традиций становления теории коммуникации, влияние разных наук на теоретико-методологическую базу коммуникативистики, подходы и концепции коммуникации;
- понимание категорий «общение» и «коммуникация», особенности речевой деятельности, онтология, гносеология, методология коммуникации.;
- понимание функций коммуникации, типов коммуникации, способов и форм коммуникации;
- формирование у будущих специалистов в области рекламы способности осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	24
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОП.09. РЕКЛАМНЫЙ И PR-ТЕКСТ.

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1-11, ПК 1.3; ПК 2.2; ПК 4.2

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

Целями учебной дисциплины**«Рекламный и PR-текст»**является повышение речевой культуры и формирование коммуникативных компетенций в области профессионально ориентированной риторики.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение основных видов рекламных и PR-текстов;
- уяснение основных различий PR-текстов, журналистских и рекламных текстов;
- ознакомление с технологиями написания эффективного рекламного и

PR-текста;
- формирование умений профессионально грамотно составлять PR-тексты различных жанров; анализировать жанровые особенности PR-текстов; готовить комбинированные, медиатексты и смежные PR-тексты; проводить оценку эффективности рекламных и PR текстов;
- формирование практических навыков написания рекламных и PR-текстов.

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Трудоемкость дисциплины	99
Учебная нагрузка в часах при взаимодействии с преподавателем	66
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	33
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

Дисциплина

ОП.10 УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ РЕКЛАМЫ

Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный цикл.

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1-11, ПК 1.3, ПК 2.2, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

Целями учебной дисциплины «Управление качеством рекламы» являются: обучение студентов основам отечественного и зарубежного опыта управлению и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью по продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; обучение студентов понятию стандартизации как процесса и как явления; подготовки проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); обучение функциональному аудиту рекламной деятельности; сертификации рекламы; пониманию ответственности за качество продукта; участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг.

Задачи изучения дисциплины является**:**

- понимание качества как фактора успеха предприятия в условиях рыночной экономики,

- овладение методологией и терминологией управления качеством,

- знаниями рекомендаций российских и международных стандартов по обеспечению качества на предприятиях, о процедурах сертификации продукции и систем управления качеством,

- овладение профессиональными подходами к проектированию систем обеспечения качества и организации управления качеством продукции

Сведения о видах учебной работы по дисциплине

Распределение часов на изучение дисциплины	**Кол-во часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	99
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	66
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	33
Промежуточная аттестация – диф. Зачет	-

ПМ.00 Профессиональные модули

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

УП.01 Учебная практика

ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)

Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: профессиональный модуль входит в состав профессионального цикла.

Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения междисциплинарных курсов, включенных в ПМ, обучающийся осваивает основной вид профессиональной деятельности (ВПД): *Разработка и создание дизайна рекламной продукции*

В результате освоения ВПД обучающийся должен:

Иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

Уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

Знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

Владеть:

- методами разработки и технологий производства рекламного продукта: планирования использования средств рекламы, планирования рекламной кампании, составления сметы расходов и расчета эффективности; владеть методами анализа рынка рекламы в условиях меняющейся конъюнктуры и уметь своевременно к ней адаптироваться;
- знать основные типы организационных структур по рекламе, построение и функции рекламных агентств и организаций, содействующих развитию отечественной и зарубежной рекламы;
- владеть навыками организации, размещения и проведения рекламы и рекламных кампаний;
- уметь организовать изготовление и производство различных видов рекламной продукции

Сведения о видах учебной работы по программе профессионального модуля

Распределение часов на изучение программы	Кол-во часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	684
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	233
Внеаудиторная самостоятельная работа	228
Практика	180
Промежуточная аттестация – кв. экзамен	-

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
УП.02 Учебная практика
ПП.02 Производственная практика (по профилю специальности)

Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: профессиональный модуль входит в состав профессионального цикла.

Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения междисциплинарных курсов, включенных в ПМ, обучающийся осваивает основной вид профессиональной деятельности (ВПД): *Разработка и создание дизайна рекламной продукции*

В результате освоения ВПД обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

уметь:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет - рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.
- **Сведения о видах учебной работы по программе профессионального модуля**

Распределение часов на изучение программы	Кол-во часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	912
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	608 из них Курсовых работ-30
Внеаудиторная самостоятельная работа	304

Практика	252
Промежуточная аттестация – кв. экзамен	-

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

УП.03 Учебная практика

ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности)

Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: профессиональный модуль входит в состав профессионального цикла.

Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения междисциплинарных курсов, включенных в ПМ, обучающийся осваивает основной вид профессиональной деятельности (ВПД): Разработка и создание дизайна рекламной продукции

В результате освоения ВПД обучающийся должен:

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

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;

- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

Сведения о видах учебной работы по программе профессионального модуля

Распределение часов на изучение программы	Кол-во часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	351
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	234
Внеаудиторная самостоятельная работа	117
Практика	72
Промежуточная аттестация – кв. экзамен	-

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

УП.04 Учебная практика

ПП.04 Производственная практика (по профилю специальности)

Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: профессиональный модуль входит в состав профессионального цикла.

Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения междисциплинарных курсов, включенных в ПМ, обучающийся осваивает основной вид профессиональной деятельности (ВПД): Разработка и создание дизайна рекламной продукции

В результате освоения ВПД обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

- работать с рекламой в средствах массовой информации;

- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

- проводить презентацию рекламного продукта;

- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;

- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

- аспекты планирования рекламы;

- этапы принятия и реализации управленческих решений;

- классификацию целей менеджмента.

Сведения о видах учебной работы по программе профессионального модуля

Распределение часов на изучение программы	Кол-во часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	243
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	162
Внеаудиторная самостоятельная работа	81
Практика	108
Промежуточная аттестация – кв. экзамен	-

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, должностям служащих (агент рекламный)

УП.05 Учебная практика

ПП.05 Производственная практика (по профилю специальности)

Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: профессиональный модуль входит в состав профессионального цикла.

Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения профессионального модуля, обучающийся осваивает основной вид профессиональной деятельности (ВПД): Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный».

В результате освоения ВПД обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- 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;

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;

- оптовой, розничной торговли и промышленности.

Сведения о видах учебной работы по программе профессионального модуля

Распределение часов на изучение программы	Кол-во часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	216
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	
Внеаудиторная самостоятельная работа	
Практика	216
Промежуточная аттестация –	-

Практики

Учебная практика

УП.01 Учебная практика

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Место учебной практики в структуре ППССЗ

Программа учебной практики УП.01 профессионального модуля ***ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции*** является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 «Реклама» в части освоения основных видов профессиональной деятельности: ***Производство рекламной продукции*** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5.Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Рабочая программа учебной практики УП.01 может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области организации и проведения работ по проектированию художественно-технической, предметно-пространственной, производственной и социально-культурной среды при наличии среднего (полного) общего образования.

2. Цели и задачи учебной практики

С **целью** овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной практики должен:

иметь практический опыт*:*

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно – изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- выразительные и художественно – изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы психологического воздействия на потребителя.

Трудоемкость учебной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	2 недели (72 часа)
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет

УП.02 Учебная практика

ПМ.02 Производство рекламной продукции

Область применения программы

Программа учебной практики профессионального модуля является частью программы профессионального модуля основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Производство рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Рабочая программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения

модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной практики должен:

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

уметь:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

- технологию создания Интернет - рекламы;

аппаратное и программное обеспечение.

Трудоемкость учебной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	2 недели (72 часа)
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет

УП.03 Учебная практика

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Место учебной практики в структуре ППССЗ

Программа учебной практики УП.03 профессионального модуля ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности: Производство рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

Рабочая программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

Цели и задачи учебной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной практики должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка;

- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;

- основные направления рекламной деятельности;

- виды рекламной деятельности;

- структуру рекламного рынка.

Трудоемкость учебной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	1 неделя (36 часов)
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет

УП.04 Учебная практика

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Место учебной практики в структуре ППССЗ

Программа учебной практики УП.04 профессионального модуля ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности: Производство рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Цели и задачи учебной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной практики УП.04 должен:

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

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

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;

классификацию целей менеджмента

Трудоемкость учебной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	2 недели (72 часа)
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет

УП.05 Учебная практика

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, должностям служащих (агент рекламный)

Программа учебной практики УП.05 профессионального модуля ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки), реализуемой в колледже, в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): Выполнение работ по рабочей профессии (Агент рекламный)»

Цели и задачи учебной практики – требования к результатам освоения дисциплины:

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

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- 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;

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;

оптовой, розничной торговли и промышленности.

Результатом освоения программы учебной практики УП.05 является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 5.1 – 5.13, ОК 1 – 9.

Трудоемкость учебной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	4 недели (144 часа)
Форма промежуточной аттестации	Диф.зачет

ПП.00 Производственная практика

ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Место производственной практики (по профилю специальности) в структуре ППССЗ

Программа производственной практики (по профилю специальности) ПП.01 профессионального модуля *ПМ.01.* Разработка и создание дизайна рекламной продукции является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности):

С **целью** овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения производственной практики должен:

иметь практический опыт*:*

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно – изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- выразительные и художественно – изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы психологического воздействия на потребителя.

Трудоемкость производственной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	3 недели (108 часов)
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой

ПП.02 Производственная практика (по профилю специальности)

ПМ.02 Производство рекламной продукции

Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Программа производственной практики профессионального модуля является частью программы профессионального модуля программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама части освоения основного вида профессиональной деятельности: Производство рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Цели и задачи производственной практики

С **целью** овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения производственной практики должен:

иметь практический опыт*:*

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

уметь:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет - рекламы;
  аппаратное и программное обеспечение.

Трудоемкость производственной практики

Распределение часов при прохождении практики	Кол-во часов
Трудоемкость практики	5 недель (180 часов)
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой

ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности)

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Место производственной практики (по профилю специальности) в структуре ППССЗ

Программа производственной практики (по профилю специальности) ПП.03 профессионального модуля ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 «Реклама» в части освоения основных видов профессиональной деятельности: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности):

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения производственной практики должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

Трудоемкость производственной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	1 неделя (36 часов)
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой

ПП.04 Производственная практика (по профилю специальности)

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Место производственной практики (по профилю специальности) в структуре ППССЗ

Программа производственной практики (по профилю специальности) ПП.04 профессионального модуля ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 «Реклама (по отраслям)» в части освоения основных видов профессиональной деятельности***:*** Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности):

С **целью** овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения производственной практики должен:

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

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

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;

классификацию целей менеджмента

Трудоемкость производственной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	1 неделя (36 часов)
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой

ПП.05 Производственная практика (по профилю специальности)

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, должностям служащих (агент рекламный)

Место производственной практики (по профилю специальности) в структуре ППССЗ

Программа производственной практики ПП.05 профессионального модуля ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, реализуемой в колледже, в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный » и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 5.4. Опираться в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиками.

ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

ПК 5.7. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ПК 5.8. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.9. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.10. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 5.11. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 5.12. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 5.13. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений

Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности), требования к результатам освоения практики, формы отчетности

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

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- 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;

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;

оптовой, розничной торговли и промышленности

Результатом освоения программы производственной практики ПП.05 является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 5.1 – 5.13, ОК 1 – 9.

Трудоемкость производственной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**

Трудоемкость практики	2 недели (72 часа)
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой

ПДП.00 Производственная практика (преддипломная практика)

Место преддипломной практики в структуре ППССЗ

Проходит непрерывно в конце обучения, после освоения всей основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**

Цель преддипломной практики

Преддипломная практика является завершающим этапом практической подготовки будущего специалиста по рекламе, в ходе которой осваивается многофункциональная деятельность специалиста.

Практика имеет целью комплексное освоение студентами всех видов профессиональной деятельности по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Преддипломная практика направлена на углубление студентом первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной работы в организациях по направлению специальности 42.02.01 Реклама.

С целью овладения видами профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе преддипломной практики должен **иметь практический опыт:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
-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;
- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;
- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав.

Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе прохождения преддипломной практики 42.02.01 Реклама:

ПК 1.1.Осуществлять поиск рекламных идей

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

ПК 1.3.Разрабатывать авторские рекламные проекты

ПК 1.4.Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений

ПК 1.5.Создавать визуальные образы с рекламными функциями

ПК 2.1.Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2.Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3.Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

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

ПК 3.2.Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1.Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2.Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3.Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Трудоемкость производственной практики

Распределение часов при прохождении практики	**Кол-во часов**
Трудоемкость практики	4 недели (144 часа)
Форма отчетности	зачет с оценкой