

Аннотации рабочих программ по специальности 42.02.01 «Реклама»

Индекс дисциплины в соответствии с учебным планом	Наименование дисциплин	Разработчик	Приложение
АД.01	Адаптивные информационные и коммуникационные технологии	Андрианова А.С.	Приложение 3.1
АД.02	Основы интеллектуального труда	Минцис А.М.	Приложение 3.2
АД.03	Психология личности и профессиональное самоопределение	Радкевич Т.А.	Приложение 3.3
АД.04	Коммуникативный практикум	Радкевич Т.А.	Приложение 3.4
АД.05	Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний	Шитова Е.С.	Приложение 3.5
ОГСЭ.01	Основы философии	Куропаткина Т.Ю.	Приложение 3.6
ОГСЭ.02	История	Куропаткина Т.Ю.	Приложение 3.7
ОГСЭ.03	Иностранный язык	Дадаева А.В.	Приложение 3.8
ОГСЭ.04	Физическая культура	Кучумова Н.Я.	Приложение 3.9
ОГСЭ. 05	Русский язык и культура речи	Кузнецова И.Ю.	Приложение 3.10
ЕН. 01	Математика	Андрианова А.С.	Приложение 3.11
ЕН.02	Экологические основы природопользования	Багринцев А.П.	Приложение 3.12
ЕН. 03	Информатика	Андрианова А.С.	Приложение 3.13
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	Сазонова Л.П.	Приложение 3.14
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	Сазонова Л.П.	Приложение 3.15
ОП. 03	История изобразительного искусства	Сазонова Л.П.	Приложение 3.16
ОП.04	Экономика организации	Бенюх Э.Р.	Приложение 3.17
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	Реутская Т.А.	Приложение 3.18
ОП.06	Композиция	Сазонова Л.П.	Приложение 3.19
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Осколкова Е.А.	Приложение 3.20
ПМ.02	Производство рекламной продукции	Осколкова Е.А.	Приложение 3.21
ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение рекламного продукта	Бенюх Э.Р. Маянская А.С.	Приложение 3.22
ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	Маянская А.С.	Приложение 3.23
ПМ.05	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностей служащих – профессия 20032 Агент	Зинченко Л.А. Осколкова Е.А.	Приложение 3.24

	рекламный		
УП	Учебная практика	Зинченко Л.А.	Приложение 3.25
ПП	Производственная практика (по профилю специальности)	Зинченко Л.А.	Приложение 3.26
ПДП	Производственная практика (преддипломная)	Зинченко Л.А.	Приложение 3.27

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

АД.01 Адаптивные информационные и коммуникационные технологии
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа адаптационной учебной дисциплины АД.01 «Адаптивные информационные и коммуникационные технологии» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело; в соответствии с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования», утверждённые Минобрнауки России 20.04. 2015 N 06-830вн, относится к циклу адаптационных дисциплин учебного плана АОП СПО.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

- работать с программными средствами универсального назначения, соответствующими современным требованиям;
- использовать индивидуальные слуховые аппараты и звукоусиливающую аппаратуру (студенты с нарушениями слуха);
- использовать брайлевскую технику, видеоувеличители, программы синтезаторы речи, программы не визуального доступа к информации (студенты с нарушениями зрения);
- использовать адаптированную компьютерную технику, альтернативные устройства ввода информации, специальное программное обеспечение (студенты с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- осуществлять выбор способа представления информации в соответствии с учебными задачами;
- иллюстрировать учебные работы с использованием средств информационных технологий;
- использовать альтернативные средства коммуникации в учебной и будущей профессиональной деятельности;
- использовать специальные информационные и коммуникационные технологии в индивидуальной и коллективной учебной и будущей профессиональной деятельности;
- использовать приобретенные знания и умения в учебной и будущей профессиональной деятельности для эффективной организации индивидуального информационного пространства;

знать:

- основы современных информационных технологий переработки и преобразования текстовой, табличной, графической и другой информации;
- современное состояние уровня и направлений развития технических и программных средств универсального и специального назначения;
- приемы использования сурдотехнических средств реабилитации (студенты с нарушениями слуха);
- приемы использования тифлотехнических средств реабилитации (студенты с нарушениями зрения);
- приемы использования компьютерной техники, оснащенной альтернативными устройствами ввода-вывода информации (студенты с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- приемы поиска информации и преобразования ее в формат, наиболее подходящий для восприятия с учетом ограничений здоровья.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 58 часов,
в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 40 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 18 часов.

Дисциплина «Адаптивные информационные и коммуникационные технологии» состоит из восьми разделов:

Тема 1. Особенности информационных технологий для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Тема 2. Тифлотехнические средства.

Тема 3. Сурдотехнические средства.

Тема 4. Адаптированная компьютерная техника.

Тема 5. Дистанционные образовательные технологии.

Тема 6. Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации.

Тема 7. Технологии работы с информацией.

Тема 8. Использование адаптивных технологий в учебном процессе.

Промежуточная аттестация в форме зачета – 1 семестр.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

АД.02 Основы интеллектуального труда
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа адаптационной дисциплины АД.02 «Основы интеллектуального труда» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело; в соответствии с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования», утвержденные Минобрнауки России 20.04. 2015 N 06-830 вн, относится к циклу адаптационных дисциплин учебного плана АОП СПО.

В результате освоения дисциплины «Основы интеллектуального труда» обучающийся инвалид или обучающийся с ограниченными возможностями здоровья должен:

уметь:

- составлять план работы, тезисы доклада (выступления), конспекты лекций, первоисточников;
- работать с источниками учебной информации, пользоваться ресурсами библиотеки (в том числе электронными), образовательными ресурсами сети Интернет, в том числе с учетом имеющихся ограничений здоровья;
- выступать с докладом или презентацией перед аудиторией, вести дискуссию и аргументировано отстаивать собственную позицию;
- представлять результаты своего интеллектуального труда;
- ставить личные учебные цели и анализировать полученные результаты;
- рационально использовать время и физические силы в образовательном процессе с учетом физических ограничений;
- применять приемы тайм-менеджмента в организации учебной работы;
- использовать приобретенные знания и умения в учебной и будущей профессиональной деятельности для эффективной организации самостоятельной работы.

знать:

- особенности интеллектуального труда студента на различных видах аудиторных занятий;
- основы методики самостоятельной работы;
- принципы научной организации интеллектуального труда и современных технологий работы с учебной информацией;
- различные способы восприятия и обработки учебной информации с учетом имеющихся ограничений здоровья;
- способы самоорганизации учебной деятельности;
- рекомендации по написанию учебно-исследовательских работ (доклад, тезисы, реферат, презентация и т.п.).

Наименование разделов дисциплины:

1. Основные подразделения образовательной организации.
2. Права и обязанности студента.
3. Организация учебного процесса: лекции, семинары, практические и лабораторные работы. Особенности работы студента на различных видах аудиторных занятий.
4. Самостоятельная работа студентов.
5. Технология конспектирования.

6. Формы и методы проверки знаний студентов. Организация промежуточной аттестации студентов.

7. Методы и приемы скоростного конспектирования.

8. Реферат как форма самостоятельной работы студента.

9. Основы библиографии и книжного поиска, в том числе работы с электронными ресурсами.

10. Доклад: содержание, этапы, правила подготовки и выступления.

11. Компьютерная презентация к докладу.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 46 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 32 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Промежуточная аттестация в форме зачета – 1 семестр.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
АД.03 Психология личности и профессиональное самоопределение
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа адаптационной дисциплины АД.03 Психология личности и профессиональное самоопределение является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело; в соответствии с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования», утвержденные Минобрнауки России 20.04.2015 N 06-830вн, относится к циклу адаптационных дисциплин учебного плана АОП СПО.

В результате освоения программы АД.03 Психология личности и профессиональное самоопределение обучающийся инвалид или обучающийся с ограниченными возможностями здоровья должен:

уметь:

- применять на практике полученные знания и навыки в различных условиях профессиональной деятельности и взаимодействия с окружающими;
- использовать простейшие приемы развития и тренировки психических процессов, а также приемы психической саморегуляции в процессе деятельности и общения;
- на основе анализа современного рынка труда, ограничений здоровья и требований профессий осуществлять осознанный, адекватный профессиональный выбор и выбор собственного пути профессионального обучения;
- планировать и составлять временную перспективу своего будущего;
- успешно реализовывать свои возможности и адаптироваться к новой социальной, образовательной и профессиональной среде.

знать:

- необходимую терминологию, основы и сущность профессионального самоопределения;
- простейшие способы и приемы развития психических процессов и управления собственными психическими состояниями, основные механизмы психической регуляции поведения человека;
- современное состояние рынка труда, мир профессий и предъявляемых профессией требований к психологическим особенностям человека, его здоровью;
- основные принципы и технологии выбора профессии;
- методы и формы поиска необходимой информации для эффективной организации адаптационной и будущей профессиональной деятельности.

Наименование разделов дисциплины:

1. Психология профессиональной деятельности. Сущность профессионального самоопределения.
2. Проблемы выбора. Профессиональная непригодность.
3. Технология выбора профессии. Правильные ориентиры.
4. Личностные регуляторы выбора профессии. Понятие о личности, ее структура.
5. Психические процессы и волевая регуляция деятельности человека.
6. Характер, темперамент и направленность личности.
7. Познание задатков и способностей.
8. Самопознание, самовоспитание личности.
9. Профессиональное самоопределение на разных стадиях возрастного развития человека.

Особенности юношеского периода.

10. Профессия, специальность, специализация. Основные классификации профессий.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 46 часа,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 32 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов,

Промежуточная аттестация – в форме зачета (2 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
АД.04 Коммуникативный практикум
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа адаптационной дисциплины АД.04 «Коммуникативный практикум» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело; в соответствии с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования», утверждённые Минобрнауки России 20.04. 2015 N 06-830вн, относится к циклу адаптационных дисциплин учебного плана АОП СПО.

Цель дисциплины – создание условий для обеспечения формирования компетенций:

В результате освоения программы "Коммуникативный практикум" обучающийся инвалид или обучающийся с ограниченными возможностями здоровья должен:

уметь:

- толерантно воспринимать и правильно оценивать людей, включая их индивидуальные характерологические особенности, цели, мотивы, намерения, состояния;
- выбирать такие стиль, средства, приемы общения, которые бы с минимальными затратами приводили к намеченной цели общения;
- находить пути преодоления конфликтных ситуаций, встречающихся как в пределах учебной жизни, так и вне ее;
- ориентироваться в новых аспектах учебы и жизнедеятельности в условиях профессиональной организации, правильно оценивать сложившуюся ситуацию, действовать с ее учетом;
- эффективно взаимодействовать в команде;
- взаимодействовать со структурными подразделениями образовательной организации, с которыми обучающиеся входят в контакт;
- ставить задачи профессионального и личностного развития;

знать:

- теоретические основы, структуру и содержание процесса деловой коммуникации;
- методы и способы эффективного общения, проявляющиеся в выборе средств убеждения и оказании влияния на партнеров по общению;
- приемы психологической защиты личности от негативных, травмирующих переживаний, способы адаптации;
- способы предупреждения конфликтов и выхода из конфликтных ситуаций;
- правила активного стиля общения и успешной самопрезентации в деловой коммуникации.

Наименование разделов дисциплины:

1. Сущность коммуникации в разных социальных сферах.
2. Основные функции и виды коммуникации.
3. Понятие деловой этики.
4. Специфика вербальной и невербальной коммуникации.
5. Методы постановки целей в деловой коммуникации.
6. Эффективное общение.
7. Основные коммуникативные барьеры и пути их преодоления в межличностном общении. Стили поведения в конфликтной ситуации.
8. Способы психологической защиты.

9. Виды и формы взаимодействия студентов в условиях образовательной организации.
10. Моделирование ситуаций, связанных с различными аспектами учебы и жизнедеятельности студентов-инвалидов.
11. Формы, методы, технологии самопрезентации.
12. Конструирование цели жизни. Технология превращения мечты в цель.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 46 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 32 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов,

Промежуточная аттестация – в форме зачета (1 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
АД.05 Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа адаптационной дисциплины АД.05 «Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело; в соответствии с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования», утвержденные Минобрнауки России 20.04.2015 N 06-830вн, относится к циклу адаптационных дисциплин учебного плана АОП СПО.

В результате освоения программы «Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний» обучающийся инвалид или обучающийся с ограниченными возможностями здоровья должен:

уметь:

- использовать нормы позитивного социального поведения;
- использовать свои права адекватно законодательству;
- обращаться в надлежащие органы за квалифицированной помощью;
- анализировать и осознанно применять нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации;
- составлять необходимые заявительные документы;
- составлять резюме, осуществлять самопрезентацию при трудоустройстве;
- использовать приобретенные знания и умения в различных жизненных и профессиональных ситуациях;

знать:

- механизмы социальной адаптации;
- основополагающие международные документы, относящиеся к правам инвалидов;
- основы гражданского и семейного законодательства;
- основы трудового законодательства, особенности регулирования труда инвалидов;
- основные правовые гарантии инвалидам в области социальной защиты и образования;
- функции органов труда и занятости населения.

Наименование разделов дисциплины:

1. Социальная адаптация, ее этапы, механизмы, условия.
2. Конвенция ООН о правах инвалидов.
3. Основы гражданского законодательства. Основы семейного законодательства.
4. Основы трудового законодательства. Особенности регулирования труда инвалидов.
5. Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. N 181-ФЗ "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации".
6. Перечень гарантий инвалидам в Российской Федерации.
7. Медико-социальная экспертиза.
8. Реабилитация инвалидов. Индивидуальная программа реабилитации инвалида.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 46 часов,
в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 32 часа;
самостоятельной работы обучающегося – 14 часов,

Промежуточная аттестация – в форме зачета (1 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОГСЭ.01 Основы философии
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОГСЭ.01. Основы философии является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОГСЭ.01. Основы философии относится к циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин и осваивается в 3 семестре.

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;
- ориентироваться в современной системе ценностей, учитывая новую парадигму образования;
- проводить аналогии между собственным мировоззрением и бытием.

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;
- о современных тенденциях развития общества;
- об изменениях в системе профессионального образования.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 60 часов,
в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 48 часов;
самостоятельной работы обучающегося - 10 часов, консультаций 2 часа.

Содержание дисциплины:

Раздел 1. ПРЕДМЕТ ФИЛОСОФИИ И ЕЕ ИСТОРИЯ

Тема 1.1 Основные понятия и предмет философии

Тема 1.2 Философия Древнего Мира (рождение философии).

Тема 1.3 Развитие Западноевропейской философии: общая характеристика и основные направления

Тема 1.4 Основные этапы развитие русской философии XIX- XX века.

Раздел 2. СТРУКТУРА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФИЛОСОФИИ

Тема 2.1 Учение о бытии и теория познания

Тема 2.2 Социальная философия

Тема 2.3 Место философии в духовной культуре и ее значение

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (3 семестр)

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОГСЭ.02 История
 для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОГСЭ.02. История является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОГСЭ.02. История относится к циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин и осваивается во 2 семестре.

Требования к результатам освоения 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 российских, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;
- делать правильные выводы с учетом исторического опыта последней четверти XX века в современном социально-экономическом, политическом и культурном развитии России;

знать:

- основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX и XXI в.);
- 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;
- основные этапы развития России на протяжении последних десятилетий XX – начала XXI вв.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 60 часов,
 в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 48 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 10 часов, консультации – 2 часа.

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Развитие СССР и его место в мире в 1980.

Тема 1.1 Основные тенденции развития СССР к 1980-м гг.

Тема 1.2 Дезинтеграционные процессы в России и Европе во второй половине 80-х

гг.

Раздел 2. Россия и мир в конце XX - начале XXI века.

Тема 2.1 Постсоветское пространство в 90-е гг. XX века.

Тема 2.2 Укрепление влияния России на постсоветском пространстве

Тема 2.3 Россия и мировые интеграционные процессы.

Тема 2.4 Россия и меняющийся мир.

Тема 2.5 Перспективы развития РФ в современном мире.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (2 семестр)

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОГСЭ.03 Иностранный язык
 для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОГСЭ.03. Иностранный язык является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОГСЭ.03. Иностранный язык относится к циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин и осваивается в 1, 2, 3, 4, 5, 6 семестрах.

Требования к результатам освоения 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;
- понимать основное содержание аутентичных аудио- или видеотекстов познавательного характера на темы, предлагаемые в рамках курса, выборочно извлекать из них необходимую информацию. Понимать относительно полно (общий смысл) высказывания на изучаемом иностранном языке в различных ситуациях общения;
- читать аутентичные тексты разных стилей (публицистические, художественные, научно-популярные и технические), используя основные виды чтения (ознакомительное, изучающее, просмотровое/поисковое) в зависимости от коммуникативной задачи;

знать:

- лексический (1200 - 1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности;
- грамматический минимум по каждой теме учебной дисциплины;
- характерные особенности фонетики английского языка;
- лингвострановедческую, страноведческую и социокультурную информацию, расширенную за счет новой тематики и проблематики речевого общения;
- тексты, построенные на языковом материале повседневного и профессионального общения, в том числе инструкции и нормативные документы по специальности.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 256 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 172 часа;

самостоятельной работы обучающегося - 70 часов, консультации –14 часов.

Содержание дисциплины:

Раздел № 1 Вводно-коррективный курс

Тема 1.1 Я и моя семья

Тема 1.2 Мой друг

Тема 1.3 Мой рабочий день

Тема 1.4 Здоровье и спорт

Раздел № 2 Развивающий курс

Тема 2.1 Мой родной город

Тема 2.2 Мой колледж

Тема 2.3 Защита окружающей среды

Тема 2.4 Средства массовой информации

Тема 2.5 Моя будущая профессия

Тема 2.6 Путешествия

Тема 2.7 Российская Федерация

Тема 2.8 Культура и традиции англоговорящих стран

Тема 2.9 Образование в Великобритании

Тема 2.10 Карьера, профессии

Тема 2.11 Научно-технический прогресс

Раздел № 3 Специализированный курс

Тема 3.1 Презентация

Тема 3.2 Ярмарка

Тема 3.3 Документы, составление документов

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (6 семестр)

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОГСЭ.04 Физическая культура
 для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОГСЭ.04. Физическая культура является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОГСЭ.04. Физическая культура относится к циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин и осваивается в 1, 2, 3, 4, 5, 6 семестрах.

Требования к результатам освоения 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.

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Основы физической культуры

Тема 1.1 Физическая культура профессиональной подготовке и социально-культурное развитие личности

Раздел 2. Легкая атлетика

Тема 2.1. Бег на короткие дистанции. Прыжок в длину с места

Тема 2.2. Бег на длинные дистанции

Тема 2.3. Бег на средние дистанции Прыжок в длину с разбега. Метание снарядов

Раздел 3. Баскетбол

Тема 3.1. Техника выполнения ведения мяча, передачи и броска мяча в кольцо с места

Тема 3.2. Техник выполнения ведения и передачи мяча в движении, ведение –2 шага – бросок

Тема 3.3. Техника выполнения штрафного броска, ведение, ловля и передача мяча в колонне и кругу, правила баскетбола

Тема 3.4. Совершенствование техники владения баскетбольным мячом

Раздел 4. Волейбол

Тема 4.1. Техника перемещений, стоек, технике верхней и нижней передач двумя руками

Тема 4.2. Техника нижней подачи и приёма после неё

Тема 4.3. Техника прямого нападающего удара

Тема 4.4. Совершенствование техники владения волейбольным мячом

Раздел 5. Легкоатлетическая гимнастика

Тема 5.1 Легкоатлетическая гимнастика, работа на тренажерах

Раздел 6. Лыжная подготовка

Тема 6.1. Лыжная подготовка

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 344 часа,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 172 часа;

самостоятельной работы обучающегося - 172 часа.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (6 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи относится к циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин и осваивается во 2 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

- умело использовать литературный язык и его разновидности, опираясь на знания языковых норм,
- пользоваться различными видами словарей,
- избегать орфоэпических, лексических, фразеологических, словообразовательных ошибок и недочетов в речи, а также ошибок в формировании и употреблении частей речи,
- умело использовать возможности русского синтаксиса, в том числе синтаксическую синонимию и сложные синтаксические конструкции,
- создавать различные виды текстов (описание, повествование, рассуждение), используя при этом книжный и разговорный стили русского языка.

знать:

- основные единицы языка и речи, различие между устной и письменной речью,
- литературный язык и его разновидности,
- основные словари русского языка,
- фонетические единицы русского языка,
- лексические и фразеологические единицы русского языка,
- состав слова,
- самостоятельные и служебные части речи,
- основные синтаксические единицы: словосочетание и предложение,
- структуру текста и его стили: повествование, рассуждение,
- жанры деловой и учебно-научной речи.

Содержание учебной дисциплины:

Раздел 1. Фонетика и орфоэпия

Тема 1.1 Ударение в русском языке

Тема 1.2 Русское литературное произношение

Раздел 2. Лексика и фразеология

Тема 2.1 Слово, его значение

Тема 2.2 Терминология

Тема 2.3 Лексико-фразеологическая норма и её варианты

Раздел 3. Словообразование в русском языке

Тема 3.1 Способы словообразования. Словосложение

Раздел 4. Морфология. Морфологические нормы

Тема 4.1 Части речи

Тема 4.2 Формообразование. Нормы формообразования

Раздел 5. Синтаксис. Синтаксические нормы

Тема 5.1 Основные синтаксические единицы: словосочетание и предложение

Тема 5.2 Типы предложений
Тема 5.3 Синтаксические нормы
Раздел 6. Текст. Стили речи
Тема 6.1 Типы речи. Текст
Тема 6.2 Стили речи

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –92 часа,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 62 часа;

самостоятельной работы обучающегося - 26 часов, консультации – 4 часа.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (2 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ЕН. 01 Математика
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ЕН. 01 Математика является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ЕН.01 Математика относится к циклу математических и общих естественнонаучных дисциплин и осваивается в 1, 2 семестрах.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

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

знать:

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

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Дискретная математика

Тема 1.1. Множества, операции над множествами.

Тема 1.2. Алгебра высказываний. Логические операции и формулы.

Раздел 2. Элементы теории вероятностей

Тема 2.1. Случайные события

Раздел 3. Элементы математической статистики

Тема 3.1. Статистические характеристики

Тема 3.2. Статистические исследования

Раздел 4. Математические методы

Тема 4.1. Математические методы и модели

Тема 4.2. Линейное программирование

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 96 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 62 часа;

самостоятельной работы обучающегося - 30 часов, консультации – 4 часа

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (2 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ЕН.02 Экологические основы природопользования
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ЕН. 02 Экологические основы природопользования является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ЕН. 02 Экологические основы природопользования относится к циклу математических и общих естественнонаучных дисциплин и осваивается в 1 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла 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;
- анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов деятельности;
- соблюдать регламенты по экологической безопасности в профессиональной деятельности;

знать:

- правовые вопросы экологической безопасности;
- особенности взаимодействия общества и природы, основные источники техногенного воздействия на окружающую среду;
- об условиях устойчивого развития экосистем и возможных причинах возникновения экологического кризиса;
- принципы и методы рационального природопользования;

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Особенности взаимодействия общества и природы.

Раздел 2. Рациональное природопользование. Современное состояние окружающей среды.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 48 часов,
в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 32 часа;
самостоятельной работы обучающегося - 14 часа, консультации – 2 часа

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (1 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ЕН.03 Информатика
 для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ЕН. 03 Информатика является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ЕН.02 Информатика относится к циклу математических и общих естественнонаучных дисциплин и осваивается во 2 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

- использовать изученные прикладные программные средства;
- использовать средства операционных систем и средств для обеспечения работы вычислительной техники.
- подбирать и использовать прикладные программы для решения профессиональных задач;

знать:

- применение программных методов планирования и анализа проведенных работ;
- виды автоматизированных информационных технологий;
- основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (ЭВМ) и вычислительных систем;
- основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.
- прикладное программное обеспечение для профессиональной деятельности специалиста по рекламе.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 106 часов,
 в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 72 часа;
 самостоятельной работы обучающегося - 30 часов, консультации – 4 часа.

Содержание дисциплины:

Раздел № 1 Основные понятия и определения информатики.

Тема 1.1 Информация. Виды и свойства информации.

Тема 1.2 Средства информационных и коммуникационных технологий.

Раздел № 2 Технологии обработки информации.

Тема 2.1 Технология обработки текстовой информации. Текстовый процессор Microsoft Office Word.

Тема 2.2 Технология обработки числовой и текстовой информации, представленной в табличном виде. Табличный процессор Microsoft Office Excel.

Тема 2.3 Технология подготовки компьютерных презентаций. Редактор презентаций Microsoft Office PowerPoint.

Тема 2.4 Технология обработки графической информации. Графический редактор Paint. Графический редактор CorelDRAW.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (2 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.01 Рисунок с основами перспективы
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.01 Рисунок с основами перспективы является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОП.01 Рисунок с основами перспективы относится к циклу общепрофессиональных дисциплин и осваивается в 1, 2 и 3 семестрах.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла 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;
- применение изображения фигуры человека в композиции.

знать:

- основные положения теории перспективы;
- способы линейного построения объектов;
- конструкция светотени;
- профессиональную методику выполнения графической работы;
- приёмы графической стилизации;
- пропорционирование головы, деталей лица, фигуры человека и её частей.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 276 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 192 часа;

самостоятельной работы обучающегося - 74 часа, консультации – 10 часов

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Линейная перспектива.

Тема 1.1. Законы линейной перспективы.

Тема 1.2. Рисование натюрмортов.

Раздел 2. Стилизация.

Тема 2.1. Приёмы стилизации.

Тема 2.2. Шрифтовые работы

Раздел 3. Рисование фигуры и лица человека.

Тема 3.1. Рисование лица человека.

Тема 3.2. Рисование головы человека.

Тема 3.3. Рисование фигуры человека.

Тема 3.4. Стилизованные фигуры человека.

Тема 3.5. Зарисовки стилизованных фигур детей.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (3 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.02 Живопись с основами цветоведения
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.02 Живопись с основами цветоведения является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОП.02 Живопись с основами цветоведения относится к циклу общепрофессиональных дисциплин и осваивается в 2, 3 и 4 семестрах.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла 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 стилизованное изображение с использованием цвета;

- использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений;

знать:

- основные положения теории цветоведения;

- способы создания цветовой композиции;

- особенности работы с разными живописными техниками;

- способы создания цветом объёма и пространства;

- методику использования цвета в живописном этюде фигуры человека;

- возможности живописно-графических стилизаций;

- методы создания стилизованных живописных изображений;

- художественный язык использования цвета в электронном изображении.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 228 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 150 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 70 часов, консультации – 8 часов.

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Рисование натюрмортов.

Тема 1.1. Основы цветоведения.

Тема 1.2. Написание натюрморта гуашью, акварелью, пастелью.

Раздел 2. Стилизация и трансформация.

Тема 2.1. Методы прикладной стилизации в живописных техниках.

Тема 2.2. Стилизация изображений птиц, животных, растений.

Тема 2.3. Применение стилизации и трансформации в рекламе.

Тема 2.4. Реклама и стилизованный шрифт.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (4 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.03 История изобразительного искусства
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.03 История изобразительного искусства является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОП.03 История изобразительного искусства относится к циклу общепрофессиональных дисциплин и осваивается в 1, 2 семестрах.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

- использовать свои знания в профессиональной деятельности;

знать:

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 132 часа,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 88 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 40 часов, консультации – 4 часа

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Развитие искусств.

Тема 1.1. Древний Мир. Искусство Востока.

Раздел 2. Западная Европа.

Тема 2.1. Средние века. Западная Европа.

Тема 2.2. Искусство Руси и России.

Тема 2.3. Течения и направления в современном искусстве.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (2 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 Экономика организации
 для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.04 Экономика организации является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОП.04 Экономика организации относится к циклу общепрофессиональных дисциплин и осваивается в 6 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла 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.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 180 часов,
в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 112 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 56 часов, консультации – 12 часов.

По учебной дисциплине ОП.04 Экономика организации предусмотрено курсовое проектирование в объеме 20 часов.

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Организация (предприятие) в условиях рынка.

Тема 1.1. Организация в рыночных условиях.

Тема 1.2. Организационно-правовые формы предприятий.

Тема 1.3. Основы организации производства.

Тема 1.4. Основы логистики предприятия.

Раздел 2. Материально-техническая база организации (предприятия).

Тема 2.1. Основной капитал и его роль в производстве.

Тема 2.2.оборотный капитал предприятия.

Раздел 3. Кадры и оплата труда в организации.

Тема 3.1. Кадры организации, нормирование и производительность труда.

Тема 3.2. Формы и системы оплаты труда.

Раздел 4. Себестоимость, цена, прибыль и рентабельность – основные показатели деятельности организации.

Тема 4.1. Издержки производства и реализации продукции.

Тема 4.2. Ценовая политика предприятия и ценообразование.

Тема 4.3. Прибыль и рентабельность предприятия.

Тема 4.4. Финансы предприятия.

Раздел 5. Планирование деятельности организации.

Тема 5.1. Планирование деятельности предприятия.

Тема 5.2. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Раздел 6. Внешнеэкономическая деятельность организации (предприятия).

Тема 6.1. Организация (предприятие) на внешнем рынке.

Курсовая работа.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (6 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.05 Безопасность жизнедеятельности является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОП.05 Безопасность жизнедеятельности относится к циклу общепрофессиональных дисциплин и осваивается в 3 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла 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:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 108 часов,
в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 68 часов;
самостоятельной работы обучающегося - 36 часов, консультации – 4 часа.

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени и организация защиты населения.

Тема 1.1. Чрезвычайные ситуации природного, техногенного и военного характера.

Тема 1.2. Организационные основы защиты населения от чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени.

Тема 1.3. Обеспечение устойчивости функционирования объекта экономики в условиях чрезвычайной ситуации.

Раздел 2. Основы медицинских знаний. Основы здорового образа жизни.

Тема 2.1. Основы медицинских знаний.

Тема 2.2. Здоровый образ жизни как необходимое условие сохранения и укрепления здоровья человека и общества.

Раздел 3. Основы военной службы.

Тема 3.1. Основы обороны государства.

Тема 3.2. Военная служба – особый вид федеральной государственной службы.

Тема 3.3. Основы военно-патриотического воспитания

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (3 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.06 Композиция
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.06 Композиция является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная дисциплина ОП.06 Композиция относится к циклу общепрофессиональных дисциплин и осваивается в 1 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

- разрабатывать композиционное решение визуального образа в зависимости от поставленных задач;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании визуального образа;

знать:

- особенности построения композиции шрифтовой и художественной графики в рекламе.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 94 часа,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 64 часа;

самостоятельной работы обучающегося - 26 часов, консультации – 4 часа

Содержание дисциплины:

Раздел 1. Способы создания композиции.

Тема 1.1. Виды композиции.

Тема 1.2. Стилизация и трансформация.

Раздел 2. Конструирование.

Тема 2.1. Композиционные конструкции.

Тема 2.2. Объёмные композиции.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (1 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Профессиональный модуль ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции относится к профессиональному циклу и осваивается во 2 и 3 семестрах.

Требования к результатам освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности - разработка и создание дизайна рекламного продукта, а также профессиональных компетенций:

ПК.1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК.1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК.1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК.1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

В результате изучения обязательной части профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- проектирования базовых элементов визуальной идентификации (фирменного стиля);
- стилизации при построении рекламного образа;
- разработки творческой идеи рекламного продукта;
- составления рекламных текстов на основе разработанной творческой стратегии;

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;
- разрабатывать композиционное, графическое и цветовое решение элементов фирменного стиля;
- применять приемы стилизации при создании рекламного образа;
- ориентироваться в исторических эпохах и стилях;
- разрабатывать многовариативные композиционные решения рекламного продукта;
- применять способы интенсификации творческого мышления для разработки творческой идеи;
- применять техники создания рекламного текста;

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;
- стилистические приемы создания элементов фирменного стиля;
- способы стилизации и ее возможности для разработки рекламного образа;
- современное состояние дизайна в различных областях экономической деятельности;
- основные жанры рекламного творчества;
- механизмы построения, творческие приемы и принципы разработки рекламного сообщения, в т.ч. рекламного текста.

Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 610 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 258 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 122 часа, консультации – 14 часов;

учебной практики – 36 часов;

производственной практики – 180 часов.

По ПМ.01 предусмотрено курсовое проектирование по МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта в объеме 20 часов в 3 семестре.

Содержание профессионального модуля:

1. МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта.

Раздел 1. Основы художественного проектирования.

Тема 1.1. Дизайн и основы художественного проектирования.

Тема 1.2. Национальные модели дизайна.

Тема 1.3. Графический дизайн.

Тема 1.4. Реклама как область графического дизайна.

Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы.

Тема 2.1. Процесс проектирования рекламного продукта.

Раздел 3. Композиция, цвет и шрифт в рекламе.

Тема 3.1 Композиция в рекламе.

Тема 3.2. Цвет в рекламе.

Тема 3.3. Шрифт в рекламе.

Раздел 4. Проектирование фирменной символики.

Тема 4.1 Проектирование знаков, символов, эмблем.

Раздел 5. Стилизация в рекламе.

Тема 5.1 Стилизация в рекламе.

Курсовое проектирование

2. МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.

Раздел 1. Общее понятие рекламного творчества.

Тема 1.1. Коммуникационная стратегия бренда.

Тема 1.2. Креативная стратегия.

Раздел 2. Стереотипы в рекламе.

Тема 2.1. Стереотипы в рекламе.

Раздел 3. Методология креативного мышления в рекламе.

Тема 3.1. Специальные техники рекламного конструирования.

Тема 3.2. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе.

Раздел 4. Разработка концепции рекламного продукта.

Тема 4.1. Разработка творческой концепции рекламного продукта.

Тема 4.2. Разработка творческой концепции комплексной рекламной кампании.

3. УП.01.01 Учебная практика.

4. ПП.01.01 Производственная практика.

Промежуточная аттестация в форме:

МДК.01.01 – дифференцированного зачета (3 семестр).

МДК.01.02 – дифференцированный зачет (3 семестр).

УП.01.01 – дифференцированный зачет (3 семестр).

ПП.01.01 – дифференцированный зачет (3 семестр).

ПМ.01 – квалификационный экзамен (3 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 Производство рекламной продукции
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Профессиональный модуль ПМ.02 Производство рекламной продукции относится к профессиональному циклу и осваивается в 3, 4, 5 семестрах.

Требования к результатам освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности – производство рекламной продукции, а также 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.

В результате изучения обязательной части профессионального модуля 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;
- разработки выставочной экспозиции;
- создания, конвертации и редактирования мультимедийных данных;
- объединения мультимедийной информации в единый рекламный продукт.
- создания и редактирования рекламной фотографии;
- фотосъемки в разных жанрах.
- создания, редактирования и монтажа видео.

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;
- осуществлять проектирование выставочного стенда;
- создавать и редактировать мультимедийные данные;
- использовать программные продукты для решения задач по созданию конкретного рекламного продукта;

- применять технические и программные средства для создания и редактирования рекламной фотографии;
- приемы профессиональной ретуши фотоматериалов для создания рекламной продукции.

- применять технические средства для создания рекламного видео;
- применять программное обеспечение для редактирования и монтажа рекламного видео;

- способы создания и редактирования аудиоматериала;

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;

- технику, технологии и материалы для создания выставочного стенда.

- способы создания текстовой, графической, аудиовизуальной составляющих рекламной продукции;

- приемы работы с растровой и векторной графикой в различных программных средах.

- жанрово-тематические особенности фотоматериалов;

- приемы профессиональной ретуши фотоматериалов.

- жанрово-тематические особенности видеоматериалов.

Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 1618 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 1186 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 312 часов, консультации – 62 часа;

учебной практики – 252 часа;

производственной практики – 180 часов.

По ПМ.02 предусмотрено курсовое проектирование по МДК.02.03 Техника и технология рекламной фотографии в объеме 20 часов в 5 семестре.

Содержание профессионального модуля:

1. МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале.

Раздел 1. Теоретические основы производства рекламного продукта.

Тема 1.1. Понятие рекламного продукта.

Тема 1.2. Этапы создания рекламного продукта.

Раздел 2. Производство полиграфической продукции.

Тема 2.1 Производство полиграфической продукции.

Раздел 3. Изготовление наружной рекламы.

Тема 3.1. Наружная реклама.

Тема 3.2. Нестандартные носители наружной рекламы.

Раздел 4. Изготовление сувенирной продукции.

Тема 4.1. Сувенирная продукция.

Тема 4.2. Технология создания календарей.

Раздел 5. Планирование и разработка выставочной экспозиции.

Тема 5.1. Экспозиционная реклама.

Раздел 6. Производство упаковочной и этикеточной продукции.

Тема 6.1. Упаковка, этикетка: классификация, методы и технологии изготовления.

Раздел 7. Авторский проект рекламы.

Тема 7.1 Создание авторского проекта рекламы.

2. МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа.

- Раздел 1. Обработка векторных изображений.
 - Тема 1.1. Приемы работы с векторными объектами.
 - Тема 1.2. Кривые Безье.
 - Тема 1.3. Работа с текстом в векторном редакторе.
 - Тема 1.4. Создание линий, стрелок, узоров и символов.
 - Тема 1.5. Интерактивные эффекты.
 - Тема 1.6. Работа с растровыми изображениями в векторной среде.
 - Тема 1.7. Создание векторной иллюстрации.
 - Раздел 2. Обработка растровых изображений.
 - Тема 2.1 Приемы работы с растровой графикой.
 - Тема 2.2. Работа с инструментами рисования, заливками и слоями. Создание многослойных изображений.
 - Тема 2.3. Инструменты выделения.
 - Тема 2.4. Работа с контурами.
 - Тема 2.5. Инструменты Штамп и Архивная кисть.
 - Тема 2.6. Работа с текстом.
 - Тема 2.7. Общая тоновая и цветовая коррекция изображения.
 - Тема 2.8. Инструменты локальной ретуши изображения.
 - Раздел 3. Настольные издательские системы.
 - Тема 3.1. Настольные издательские системы.
 - Тема 3.2. Работа с текстом в программах верстки.
 - Тема 3.3. Работа с изображениями в программах верстки.
 - Тема 3.4. Работа с таблицами.
 - Тема 3.5. Создание многостраничных публикаций.
 - Раздел 4. Создание векторных иллюстраций в программе Adobe Illustrator.
 - Тема 4.1. Редактор векторной графики Adobe Illustrator.
 - Тема 4.2. Работа с текстом в Adobe Illustrator.
 - Тема 4.3. Работа с изображениями в Adobe Illustrator.
 - Тема 4.4. Выполнение творческого проекта в Adobe Illustrator.
 - Раздел 5. Плоская анимация в специализированной программе Adobe Flash.
 - Тема 5.1. Основы работы в программе Adobe Flash.
 - Тема 5.2. Покадровая анимация.
 - Тема 5.3. Анимация типа Shape Tweening.
 - Тема 5.4. Анимация типа Motion Tweening.
 - Тема 5.5. Добавление звука и видеофрагментов.
 - Тема 5.6. Клипы: понятие, назначение, создание.
 - Тема 5.7. Создание анимационного ролика.
 - Раздел 6. Трехмерное моделирование.
 - Тема 6.1. Трехмерное моделирование и анимация.
 - Тема 6.2. Работа с параметрическими объектами.
 - Тема 6.3. Работа с модификаторами геометрии.
 - Тема 6.4. Составные (булевы) объекты.
 - Тема 6.5. Сплайны.
 - Тема 6.6. Лофтинг.
 - Тема 6.7. Полигональные объекты.
 - Тема 6.8. Освещение, источники света. Камеры.
 - Тема 6.9. Редактор материалов.
 - Раздел 7. Интернет-технологии в рекламе.
 - Тема 7.1. Интернет-реклама.
 - Тема 7.2. Подготовка и публикация мультимедийных материалов на различных ресурсах в сети Интернет.
3. МДК.02.03 Техника и технология рекламной фотографии.

- Раздел 1. Техника фотографии.
- Тема 1.1. Основы фотографии.
- Тема 1.2. Фототехника.
- Тема 1.3. Оптика.
- Тема 1.4. Практические основы фотосъемки.
- Тема 1.5. Экспозиция.
- Тема 1.6. Источники освещения.
- Тема 1.7. Основы композиции.
- Тема 1.8. Цвет.
- Раздел 2. Технологии фотографии.
- Тема 2.1. Портретная съемка.
- Тема 2.2. Постановка света в студии при съемке портрета
- Тема 2.3. Работа с моделью.
- Тема 2.4. Свадебная фотография.
- Тема 2.5. Репортаж.
- Тема 2.6. Натюрморт.
- Тема 2.7. Рекламная и заказная съемка.
- Тема 2.8. Съемка живой природы.
- Тема 2.9. Съемка архитектуры и интерьера.
- Тема 2.10. Пейзажная фотография.
- Тема 2.11. Съемка спортивных соревнований, движущихся объектов.
- Тема 2.12. Панорамная съемка.
- Тема 2.13. Художественные трюки и эффекты.
- Раздел 3. Цифровые изображения.
- Тема 3.1. Работа с цифровым изображением.
- Тема 3.2. Обработка фотографий. Photoshop.
- Тема 3.3. Программы просмотра и хранения цифровой графики.
- Тема 3.4. Печать цифровых изображений.
- Тема 3.5. Подготовка изображений к публикации в Интернете
- Курсовое проектирование.

4. МДК.02.04 Техника и технология рекламного видео.

Раздел 1. Кино и телевидение – виды экранного пространственно-временного искусства.

Тема 1.1. История и предпосылки возникновения кино и телевидения. Пути их развития.

Тема 1.2. Исторические аналоги. Виды экранного искусства.

Тема 1.3. Телевидение как вид искусства.

Тема 1.4. Фестивали ТВ рекламы.

Тема 1.5. Виды и классификация телевизионной рекламы.

Тема 1.6. Методы воздействия телевизионной рекламы на ее потенциального потребителя.

Раздел 2. Режиссура телевизионной рекламы.

Тема 2.1. Научно-практическая основа режиссуры рекламы.

Тема 2.2. Основы сценарного мастерства режиссера рекламы.

Раздел 3. Создание телевизионной рекламы.

Тема 3.1. Основы создания ТВ рекламы.

Раздел 4. Специфика монтажа рекламных видеоклипов.

Тема 4.1. История, понятие, принципы монтажа.

Тема 4.2. Монтаж рекламного фильма.

5. УП.01.01 Учебная практика.

6. ПП.01.01 Производственная практика.

Промежуточная аттестация в форме:

МДК.02.01 – дифференцированного зачета (5 семестр).
МДК.02.02 – экзамен (4 семестр).
МДК.02.03 – дифференцированного зачета (5 семестр).
МДК.02.03 – дифференцированного зачета (5 семестр).
УП.02.01 – дифференцированный зачет (5 семестр).
ПП.02.01 – дифференцированный зачет (5 семестр).
ПМ.02 – квалификационный экзамен (5 семестр).

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Профессиональный модуль ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта относится к профессиональному циклу и осваивается в 6 семестре.

Требования к результатам освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности - маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, а также профессиональных компетенций:

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

ПК.3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

В результате изучения обязательной части профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- составления медиаплана рекламной кампании;
- использования нормативно-правовых документов в сфере трудового права;
- организации работы трудового коллектива в соответствии нормами трудового права;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- составлять и проводить обоснование медиаплана рекламной кампании;
- применять в профессиональной деятельности нормы трудового права.

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка;
- понятие, виды, порядок организации и проведения работ по реализации рекламной кампании;
- понятие, источники трудового права;
- структуру трудового правоотношения;
- понятие и формы занятости.

Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 210 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 162 часа;
самостоятельной работы обучающегося - 40 часов, консультации – 8 часов;
учебной практики – 36 часов.

Содержание профессионального модуля:

1. МДК.03.01 Маркетинг в рекламе.

Тема 1. Маркетинг и его место в рекламе.

Тема 2. Маркетинговые исследования в рекламе.

Тема 3. Комплекс маркетинговых мероприятий в области рекламы.

Тема 4. Ценообразование в рекламе.

Тема 5. Маркетинговые коммуникации в рекламе.

Тема 6. Планирование рекламной деятельности.

Тема 7. Контроль в системе маркетинга.

2. МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности.

Раздел 1. Право и экономика.

Тема 1.1. Правовое регулирование экономических отношений.

Тема 1.2. Правовое положение субъектов предпринимательской деятельности.

Тема 1.3. Правовое регулирование договорных отношений.

Тема 1.4. Правовое регулирование экономических споров.

Тема 1.5. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Раздел 2. Трудовое право.

Тема 2.1. Правовое регулирование трудовых отношений.

Тема 2.2. Трудовой договор.

Тема 2.3. Рабочее время и время отдыха. Заработная плата.

Тема 2.4. Трудовая и материальная ответственность.

Тема 2.5. Трудовые споры.

Раздел 3. Административное право.

Тема 3.1. Административные правонарушения и административная ответственность.

3. УП.03.01 Учебная практика.

Промежуточная аттестация в форме:

МДК.03.01 – дифференцированного зачета (6 семестр).

МДК.03.02 – дифференцированный зачет (6 семестр).

УП.03.01 – дифференцированный зачет (6 семестр).

ПМ.03 – квалификационный экзамен (6 семестр).

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Профессиональный модуль ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта относится к профессиональному циклу и осваивается в 6 семестре.

Требования к результатам освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности - Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, а также профессиональных компетенций:

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.

В результате изучения обязательной части профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- организации собственной предпринимательской деятельности в области рекламы;

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 организаций в условиях рыночной экономики;

- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

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

- аспекты планирования рекламы;

- этапы принятия и реализации управленческих решений;

- классификацию целей менеджмента;

- способы эффективного планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

- приемы проведения презентации рекламного продукта;

- алгоритм подготовки авторской документации для регистрации авторских прав;

- сущность и основы предпринимательской деятельности;
- экономические основы предпринимательства;
- основы организации предпринимательской деятельности.

Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 220 часов,
в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 160 часов;
самостоятельной работы обучающегося - 54 часа, консультации – 6 часов;
учебной практики – 36 часов.

Содержание профессионального модуля:

1. МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности.

Раздел 1. Организация и планирование рекламной деятельности.

Тема 1.1. Организация предприятия в условиях рыночной экономики.

Тема 1.2. Планирование рекламной деятельности.

Тема 1.3. Система бюджетирования рекламной деятельности предприятия.

Раздел 2. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности.

Тема 2.1. Оценка эффективности рекламной деятельности.

Тема 2.2. Экономические показатели деятельности рекламной организации.

2. МДК.04.02 Предпринимательская деятельность в области рекламы.

Раздел 1. Сущность, основные черты и функции предпринимательства.

Тема 1.1. Сущность и функции предпринимательства. Основные черты предпринимателя

Тема 1.2. Экономическая основа предпринимательства.

Раздел 2. Малое предприятие. Индивидуальное предпринимательство. Механизм создания предприятия.

Тема 2.1. Малое предприятие. Индивидуальное предпринимательство.

Тема 2.2. Государственная регистрация предприятия.

Раздел 3. Налогообложение предпринимательской деятельности.

Тема 3.1. Налогообложение предпринимательской деятельности.

Раздел 4. Договоры в предпринимательской деятельности.

Тема 4.1. Договоры в предпринимательской деятельности.

Раздел 5. Культура предпринимательства.

Тема 5.1. Культура предпринимательства, её элементы.

Раздел 6. Планирование предпринимательской деятельности. Бизнес-планирование.

Тема 6.1. Организация планирования предпринимательской деятельности.

Тема 6.2. Бизнес-планирование. Структура бизнес-плана. Технология разработки бизнес-плана.

3. УП.04.01 Учебная практика.

Промежуточная аттестация в форме:

МДК.04.01 – дифференцированного зачета (6 семестр).

МДК.04.02 – дифференцированный зачет (6 семестр).

УП.04.01 – дифференцированный зачет (6 семестр).

ПМ.04 – квалификационный экзамен (6 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям
служащих - профессия 20032 Агент рекламный
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих - профессия 20032 Агент рекламный является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Профессиональный модуль ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих - профессия 20032 Агент рекламный относится к профессиональному циклу и осваивается в 1, 2 семестрах.

Требования к результатам освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимся видом профессиональной деятельности - разработка и создание дизайна рекламного продукта, а также 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. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
- ПК.5.5. Вести переговоры с заказчиком.
- ПК.5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
- ПК.5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
- ПК.5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
- ПК.5.9. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

В результате изучения обязательной части профессионального модуля 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;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;

уметь:

- контакттировать 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;

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 взаимодействия 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;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 492 часа,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 266 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 102 часа, консультации – 16 часов;

учебной практики – 36 часов;

производственной практики – 72 часа.

Содержание профессионального модуля:

1. МДК.05.01. Организация рекламной деятельности.

Раздел 1. Введение в теорию рекламы.

Раздел 2. История развития рекламы.

Раздел 3. Реклама, как результат и движущая сила развития рынка.

Раздел 4. Рекламный процесс.

Раздел 5. Правовое регулирование рекламной деятельности.

Раздел 6. Виды и средства распространения рекламы.

Раздел 7. Технология продаж рекламных услуг.

2. МДК.05.02. Основы рекламных коммуникационных технологий.

Раздел 1. Реклама и теория коммуникаций.

Раздел 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Раздел 3. Корпоративная айдентика.

Раздел 4. Рекламная кампания.

3. МДК.05.03. Современная оргтехника.

Раздел 1. Классификация офисной техники.

Тема 1.1. Классификация офисной техники.

Тема 1.2. Пишущие машины, их классификация.

Тема 1.3. Принтеры, классификация, особенности и область применения принтеров различных типов.

Раздел 2. Средства изготовления, хранения, транспортирования и обработки документов.

Тема 2.1. Средства составления и изготовления документов.

Тема 2.2. Средства транспортирования документов.

Тема 2.3. Средства обработки документов.

Раздел 3. Средства копирования и размножения документов.

Тема 3.1. Средства копирования.

Тема 3.2. Средства оперативной полиграфии.

Раздел 4. Средства административно-управленческой связи.

Тема 4.1. Средства административно-управленческой связи.

Раздел 5. Компьютерные системы в оргтехнике.

Тема 5.1. Системы управления электронными документами.

Тема 5.2. Компьютерные системы административно-управленческой связи.

Раздел 6. Современные средства связи.

Тема 6.1. Системы передачи информации. Каналы связи.

4. МДК.05.04 Реализация рекламного заказа.

Раздел 1. Организационная деятельность по работе с заказчиком.

Тема 1.1. Документы для проведения переговоров с заказчиком.

Тема 1.2. Договорная и финансовая документация при работе с заказчиком.

Тема 1.3. Работа с заказом.

Раздел 2. Особенности рекламных текстов.

Тема 2.1. Создание текстов рекламных объявлений, сообщений и рекламных обращений.

5. МДК.05.05. Рекламный текст.

Раздел 1. Составляющие рекламного текста.

Тема 1.1. Структура рекламного текста.

Тема 1.2. Заголовок.

Тема 1.3. Слоган.

Тема 1.4. Основной рекламный текст.

Тема 1.5. Рекламные реквизиты.

Раздел 2. Маркетинговая и художественная ценность рекламного текста.

Тема 2.1. Основные и вспомогательные значимые единицы рекламного текста.

Тема 2.2. Стилистика рекламного текста.

Раздел 3. Тексты различных средств рекламы.

Тема 3.1. Составление рекламных текстов.

6. УП.05.01. Учебная практика.

7. ПП.05.01. Производственная практика.

Промежуточная аттестация в форме:

МДК.05.01 – дифференцированного зачета (2 семестр).

МДК.05.02 – дифференцированный зачет (2 семестр).

МДК.05.03 – дифференцированный зачет (2 семестр).

МДК.05.04 – дифференцированный зачет (1 семестр).

МДК.05.05 – дифференцированный зачет (2 семестр).

УП.05.01 – дифференцированный зачет (1 семестр).

ПП.05.01 – дифференцированный зачет (2 семестр).

ПМ.05 – квалификационный экзамен (2 семестр).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Учебная практика осваивается в рамках профессиональных модулей в 1, 3, 4, 5 и 6 семестрах.

Цели учебной практики:

– закрепление системного представления о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения рекламного заказа от технического задания до его исполнения в материале;

– формирование у обучающихся практических умений в рамках освоения профессиональных модулей АОП СПО: ПМ.04, ПМ.03, ПМ.02, ПМ.01;

– выполнение работ по профессии, приобретение базовых навыков работы, характерных для выполнения основных видов профессиональной деятельности по профессии 20032 Агент рекламный.

Требования к результатам освоения учебной практики:

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

Иметь практический опыт:

– выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

– создания визуального образа с рекламными функциями;

– художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

Уметь:

– осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

– разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

– использовать 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 графику в рекламе;

– методы проектирования рекламного продукта;

– методы психологического воздействия на потребителя.

ПМ.02 Производство рекламной продукции:

Иметь практический опыт:

– выбора и использования инструмента, оборудования 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 создания печатного рекламного продукта;

–технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

–технологии создания Интернет-рекламы;

–аппаратное и программное обеспечение.

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта:

Иметь практический опыт:

–выявления требований целевых групп потребителей;

–разработки средств продвижения рекламного продукта;

–разработки маркетинговой части бизнес-плана;

Уметь:

–проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

–анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

–проводить сегментирование рынка;

–принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

Знать:

–задачи, цели и общие требования к рекламе;

–основные направления рекламной деятельности;

–виды рекламной деятельности;

–структуру рекламного рынка.

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта:

Иметь практический опыт:

–планирования, разработки и технического исполнения 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 организаций в условиях рыночной экономики;

–пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

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

–аспекты планирования рекламы;

–этапы принятия и реализации управленческих решений;

–классификацию целей менеджмента

ПМ.05 Агент рекламный:

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;

–работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;

–использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;

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;

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 взаимодействия 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;

–направления рекламной работы;

–содержание рекламной информации;

–применяемые средства рекламы;

–рекламные мероприятия;

–понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и

промышленности.

Количество часов на освоение программы учебной практики:

Всего: 396 часов, в том числе:

В рамках освоения ПМ 01. - 36 часов,

В рамках освоения ПМ 02 - 252 часа,

В рамках освоения ПМ 03 - 36 часов,

В рамках освоения ПМ 04 – 36 часов,

В рамках освоения ПМ 05 – 36 часов.

Содержание учебной практики:

ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

Тема 1.1 Создание простых векторных иллюстраций.

Тема 1.2 Монохромное и цветное решение рекламного продукта.

Тема 1.3 Шрифтовое оформление рекламного продукта.

Тема 2.1 Кривые безье как основа создания логотипа.

Тема 3.1 Макетирование визитной карточки.

Тема 3.2 Макетирование фирменного бланка.

Тема 3.3 Макетирование шрифтового плаката.

Тема 3.4 Макетирование изобразительного плаката.

Тема 3.5 Макетирование одно- и двусторонних листовок.

ПМ 02 Производство рекламного продукта.

Раздел 1 Создание векторных иллюстраций.

Тема 1.1 Разработка эмблем (компании, мероприятия, команды).

Тема 1.2 Создание паттернов.

Тема 1.3 Создание корпоративного героя.

Тема 1.4 Создание корпоративной открытки.

Тема 1.5 Создание оформительской графики.

Тема 1.6 Создание деловой графики.

Раздел 2 Создание растровых иллюстраций.

Тема 2.1 Фотосъемка рекламных моделей.

Тема 2.2 Рекламная предметная съемка.

Тема 2.3 Редактирование фотографий.

Тема 2.4 Создание коллажей рекламного характера.

Тема 2.5 Стилизация рекламных обращений.

Раздел 3 Создание многостраничного иллюстрированного издания.

Тема 3.1 Подготовка иллюстративного материала.

Тема 3.2 Разработка дизайна многостраничного иллюстрированного издания.

Тема 3.3 Макетирование и верстка.

Тема 3.4 Спуск полос. Предпечатная подготовка.

Тема 3.5 Вывод на печать. Сборка. Презентация готового продукта.

Раздел 4 Разработка демонстрационных и рекламно-информационных материалов.

Тема 4.1 Создание учебных плакатов.

Тема 4.2 Создание буклета «Путеводитель по колледжу».

Тема 4.3 Создание фотоальбома «Красота родного края» .

Раздел 5 Разработка проекта арт-объекта (для фотозоны колледжа).

Тема 5.1 Концепция проекта. Материалы и технологии изготовления

Тема 5.2 Эскиз проекта.

Тема 5.3 Выполнение в материале, в масштабе 1:10.

Раздел 6 Создание аудиовизуальной рекламы.

Тема 6.1 Создание видеопрезентации на свободную тему (например, представить зрителям любимую книгу или фильм, рассказать о родном городе и т.п.).

Тема 6.2 Создание рекламной заставки для колледжа (текст, иллюстрации).

Тема 6.3 Создание рекламного ролика по выбранной специальности.

Тема 6.4 Создание рекламного ролика для колледжа.
Раздел 7 Разработка авторского рекламного проекта.
Тема 7.1 Концепция авторского рекламного проекта. Техническое задание.
Тема 7.2 Выполнение авторского рекламного проекта.

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

Тема 1. Договоры в рекламе.
Тема 2. Общие и специальные требования к рекламе.
Тема 3. Авторское право в рекламе.

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Тема 1. Издержки производства в рекламе.
Тема 2. Бюджет в рекламной деятельности.
Тема 3. Экономическая эффективность рекламной деятельности.

ПМ 05. Агент рекламный.

Раздел 1. Оформление договорной документации при работе с заказчиком.

Тема 1.1 Разработка брифов.

Тема 1.2 Разработка презентации.

Раздел 2. Разработка рекламного обращения.

Тема 2.1 Композиционное построение рекламного обращения.

Тема 2.2 Создание простого текстового рекламного обращения.

Тема 2.3 Создание рекламного обращения, рассчитанного на различные целевые группы.

Раздел 3. Разработка предложения.

Тема 3.1. Разработка простого текстового предложения.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (1, 3, 5, 6 семестры).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Производственная практика относится к профессиональному циклу и осваивается во 2, 3 и 5 семестрах.

Целями производственной практики являются:

- комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности;
- приобретение, закрепление и совершенствование практических навыков и умений по видам профессиональной деятельности;
- развитие общих и профессиональных компетенций;
- приобретение опыта практической работы по специальности 42.02.01 «Реклама» и профессии 20032 «Агент рекламный»;
- проверка готовности обучающегося к самостоятельной трудовой деятельности.

Требования к результатам освоения учебной практики:

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

Иметь практический опыт:

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

Уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать 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 графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

ПМ.02 Производство рекламной продукции:

Иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования 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 создания печатного рекламного продукта;

–технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

–технологии создания Интернет-рекламы;

–аппаратное и программное обеспечение.

ПМ.05 Агент рекламный:

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;

–работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;

–использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;

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;

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 взаимодействия 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;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

Количество часов на освоение программы производственной практики: 432 часа:

в том числе:

ПП.01.01 – 180 ч.,

ПП.02.01 – 180 ч.,

ПП.05.01 – 72 ч.

Содержание производственной практики:

1. ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта:

- разработка композиционного решения рекламного продукта;
- подбор художественной формы реализации рекламной идеи;
- составление рекламных текстов с использованием методов психологического воздействия на потребителя;
- написание слоганов, разработка названий
- использование выразительных и художественно-изобразительных средств при проектировании рекламного продукта;
- разработка творческих идей рекламного продукта/ рекламной кампании;
- разработка рекламных образов
- художественное проектирование рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы (разработка дизайн-проекта РП, создание иллюстраций для РП, стилизация рекламного обращения)

Раздел 2. Создание рекламных образов:

- разработка творческих идей рекламного продукта/ рекламной кампании;
- художественное проектирование рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы;
- подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства.

Раздел 3. Разработка авторских рекламных проектов:

- выполнение рекламных иллюстраций в рамках заказа;
- разработка элементов фирменного стиля по заданию;
- выполнение рекламных обращений в различных стилях.

2. ПМ.02 Производство рекламной продукции:

Раздел 1. Структура рекламного агентства:

- изучение структуры рекламного агентства;
- изучение и анализ этапов разработки рекламного продукта;
- изучение должностных инструкций сотрудников РА;
- участие в получении и ведении заказа на оказание услуг по производству рекламной продукции;
- участие в процессе проектирования и создания рекламного продукта;
- составление простых рекламных текстов;
- выполнение отчета установленной формы

Раздел 2. Создание макета рекламного продукта:

- подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства;

- выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта;

- выполнение отчета установленной формы.

Раздел 3. Технология изготовления рекламного продукта:

- подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства;

- выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта;

- выполнение отчета установленной формы.

Раздел 4. Производство рекламной продукции:

- выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта;

- использование специализированного программного обеспечения для создания рекламного продукта;

- использование мультимедийных и web- технологий для разработки и внедрения рекламного продукта;

- осуществление рекламной фотосъемки;

- осуществление рекламной видеосъемки.

3. ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих - профессия 20032 Агент рекламный:

Раздел 1. Оформление договорной документации при работе с заказчиком:

- Ознакомление с особенностями заполнения технического задания (брифа).

- Типы технических заданий, используемые на предприятиях.

- Формирование технического задания - брифа (клиентского, креативного, на разработку слогана.

- Анализ информации, полученной из технического задания.

- Работа с информацией.

- Подбор иллюстративного материала.

- Подготовка презентации рекламного продукта для заказчика.

- Проведение презентации.

- Работа с замечаниями.

Раздел 2. Разработка рекламного обращения:

- Написание простых текстов рекламных обращений.

- Набор, редактирование и форматирование текста.

- Разработка структурных элементов рекламного обращения: заголовка, слогана, основного текста, справочных данных.

- Построение рекламного обращения на основе визуального образа и идеи.

- Выбор формата.

- Ввод и редактирование текста.

- Размещение иллюстраций.

- Разработка рекламной идеи рекламного продукта.

- Исследование особенностей целевых аудиторий рекламного продукта.

- Построение рекламного обращения на основе визуального образа и идеи.

Раздел 3. Разработка макетов печатной рекламы.

- Разработка творческой идеи.

- Разработка композиционного решения рекламного плаката.

- Выполнение работ по созданию отдельных элементов макета.

- Компоновка отдельных элементов макета.

- Набор, редактирование и форматирование текстов.

Раздел 4. Отчет по практике.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (2, 3, 5 семестры).

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ
для специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Производственная (преддипломная) практика относится к профессиональному циклу и проводится в 6 семестре.

Преддипломная практика является частью учебного процесса и направлена на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

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

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

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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

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

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

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

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями

предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Область профессиональной деятельности:

- организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объектами профессиональной деятельности являются:

– рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;

– рекламная кампания;

– выставочная деятельность;

– технологические процессы изготовления рекламного продукта;

– рекламные коммуникативные технологии;

– первичные трудовые коллективы.

Виды профессиональной деятельности:

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

2. Производство рекламной продукции.

3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Цель и задачи преддипломной практики

Основной целью преддипломной практики является:

- закрепление и углубление знаний, умений и навыков, полученных обучающимися в процессе обучения;

- овладение системой профессиональных умений и навыков и опытом профессиональной деятельности по специальности «Реклама» в соответствии с квалификационными требованиями, а также с учетом взаимосвязи теоретического и практического обучения, современного состояния и перспектив развития технологий производства рекламного продукта.

Основные задачи:

1) закрепление, расширение и систематизация знаний по специальным дисциплинам на основе изучения деятельности конкретного предприятия (рекламного агентства, рекламной компании, фото-или видеостудии);

2) формирование профессиональных умений и навыков в производственно-технологической и организационно-управленческой деятельности специалиста по рекламе, устойчивого интереса к творческой деятельности

3) Изучение деятельности конкретного предприятия (рекламного агентства/рекламного отдела).

– изучение структуры рекламного агентства/рекламного отдела предприятия;

– изучение и анализ процесса изготовления рекламного продукта;

– определение себестоимости изготовления рекламного продукта;

– реализация рекламного продукта.

4) Углубление приобретённого практического опыта в области:

- разработки и создании дизайна рекламной продукции.

- производства рекламной продукции.

- маркетингового и правового обеспечения реализации рекламного продукта.

- организации и управления процессом изготовления рекламного продукта.

5) Осуществление сбора и обработки необходимых материалов для написания выпускной квалификационной работы.

Преддипломная практика предусматривает сбор, систематизацию и обобщение материала для подготовки выпускной квалификационной работы, решение поставленной проблемы на материалах деятельности конкретной организации (предприятия) с

применением методов анализа.

Количество часов на освоение программы производственной (преддипломной) практики: 144 часа.

Содержание производственной (преддипломной) практики:

- Организационные вопросы оформления на предприятии, общая характеристика предприятия, инструктаж по охране труда и технике безопасности, распределение по рабочим местам.
- Знакомство с предприятием, его структурой, особенностями организации производственного, творческого, рекламного процессов, этапами и стадиями творческого и производственного процессов.
- Выполнение индивидуального задания по теме ВКР.
- Сбор необходимых практических, нормативных, методических материалов по теме ВКР.
- Оформление отчета о прохождении преддипломной практики.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (6 семестр).