

**Аннотации к рабочим программам учебных дисциплин,  
профессиональных модулей, практикам.  
Специальности 42.02.01 Реклама  
по программе базовой подготовки**

Оглавление

ОГСЭ 01. Основы философии.....	3
ОГСЭ.02 История .....	4
ОГСЭ 03 Иностранный язык (английский язык) .....	6
ОГСЭ. 04 Физическая культура .....	8
ЕН.01 Математика .....	10
ЕН.02 Экологические основы природопользования.....	12
ЕН.03 Информатика .....	14
ОП.01 Рисунок с основами перспективы .....	16
ОП.02 Живопись с основами цветоведения.....	18
ОП.03 История изобразительного искусства.....	20
ОП.04 Экономика организации.....	22
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности .....	24
ОП.06 Товароведение и сертификация .....	27
ОП.07 Логика и аргументирование .....	29
ОП.08 Основы витринистики.....	31
ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.....	33
УП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.....	35
ПП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.....	37
ПМ.02. Производство рекламной продукции.....	39
УП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции: МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале МДК 02.02. Проектная и компьютерная графика .....	41
УП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции: МДК 02.03. Техника и технологии рекламного фотографии МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео.....	42
ПП 02. Производство рекламной продукции: МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале МДК 02.02. Проектная и компьютерная графика .....	43
ПП 02. Производство рекламной продукции: МДК 02.03. Техника и технологии рекламного фотографии МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео .....	44
ПМ 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта .....	46
УП 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта .....	47
ПП.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта .....	48
ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта .....	49
ПП.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта .....	51
ПМ.05. Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный» .....	53
УП.05 Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный».....	55

ПП.05. Выполнение работ по профессии «Агент рекламный».....	57
ПМ.06 Организация кооперативного дела и предпринимательства .....	59
УП.06 Организация кооперативного дела и предпринимательства .....	62
ПП.06 Организация кооперативного дела и предпринимательства.....	64
ПДП Преддипломная практика.....	66

# ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОГСЭ 01. Основы философии

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины **ОГСЭ 01. Основы философии** является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 г. № 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения образовательной программы среднего общего образования в пределах ППСЗ с учетом социально-экономического профиля в соответствии с ФГОС среднего общего образования, утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 17 мая 2012 г. № 413 (с изменениями от 29 июня 2017 г. № 613).

### 1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина **Основы философии** входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл ППСЗ 42.02.01 Реклама.

### 1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:  
ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия, познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основы формирования культуры гражданина и будущего специалиста.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен 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.

### 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 48 часов.

#### 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	52
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	48
в том числе:	
практические занятия	8
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	4
в том числе:	
подготовка сообщений, рефератов	
написание сочинения	
подборка материалов	
проведение сравнительного анализа	
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачёта	

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОГСЭ.02 История

### 1.1. Область применения программы:

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**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 **базовой подготовки** укрупненной группы **42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело**.

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина **История** входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл (ОГСЭ).

### 1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

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

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

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

- основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX- XXI вв.),
- сущность и причины локальных региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX- начале XXI в.,
- основные процессы (интеграционные, поликультурные, миграционные и иные) политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира,
- назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности,
- о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций,
- содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения

### 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося— 48 часов.

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	52
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	48
в том числе:	
практические занятия	8
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	4
в том числе:	
подготовка сообщений, рефератов	
написание сочинения	
подборка материалов	
проведение сравнительного анализа	



## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОГСЭ 03 Иностранный язык (английский язык)

### 1.1. Область применения программы:

Программа учебной дисциплины **Иностранный язык (Английский язык)** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 **базовой подготовки** укрупненная группа 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации работников рекламы при наличии среднего(полного) общего образования.

### 1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина **Иностранный язык в профессиональной деятельности (английский язык)** входит в общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл (ОГСЭ).

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

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

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

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

- лексические единицы (1200-1400 слов),
- грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.

Формируемые компетенции:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности. ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности. ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося- 172 часа.

#### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	212
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	172
в том числе:	
практические занятия	172
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	40
Составление устного или письменного рассказа	
Выполнение лексико-грамматических упражнений	
Чтение и перевод текстов	
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	

**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОГСЭ. 04 Физическая культура**

**1.1. Область применения программы**

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**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 **базовой подготовки укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.**

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

Учебная дисциплина **Физическая культура** входит в общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл.

**1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

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

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

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

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

Формируемые компетенции:

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

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.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:**

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося- 172 часа.

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	344
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	172
в том числе:	

практические занятия	170
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>172</b>
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ЕН.01 Математика

### 1.1. Область применения рабочей программы

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**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510, базовой подготовки укрупненная группа **42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело**.

### 1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Учебная дисциплина **Математика** входит в математический и общий естественнонаучный цикл.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

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

Формируемые компетенции:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

### 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 40 часов

#### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>54</i>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>40</i>
в том числе:	
практические занятия	<i>12</i>
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<i>14</i>
в том числе:	
лабораторные работы	<i>0</i>
практические занятия	<i>0</i>
контрольные работы	<i>0</i>
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	<i>0</i>
<i>Самостоятельный поиск информации, подготовка сообщений и/или рефератов;</i>	<i>4</i>
<i>систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы;</i>	<i>6</i>
<i>выполнение домашних заданий, подготовка к практическим занятиям,</i>	<i>6</i>
<i>выполнение дополнительных заданий по рекомендациям преподавателя;</i>	
<i>подготовка к тестированию, подготовка к итоговому зачету.</i>	<i>4</i>
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ЕН.02 Экологические основы природопользования

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Экологические основы природопользования** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510, **базовой подготовки укрупненная группа 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.**

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина **Экологические основы природопользования** входит в математический и общий естественно-научный цикл.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

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

Использовать представление:

- о взаимосвязи организмов и среды обитания;
- об условиях устойчивого состояния экосистем и причина возникновения экологического кризиса;
- о природных ресурсах России и мониторинг окружающей среды;
- об экологических принципах рационального природопользования.

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

- принципы взаимодействия живых организмов и среды обитания;
- особенности взаимодействия общества и природы, основные источники техногенного воздействия на окружающую среду;
- об условиях устойчивого развития экосистем и возможных причинах экологического кризиса;
- принципы и методы рационального природопользования;
- понятие и принципы мониторинга окружающей среды;
- правовые и социальные вопросы природопользования и экологической безопасности.
- Формируемые компетенции:

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 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 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**  
 Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося – 36 часов

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка</b>	<b>50</b>
<b>Обязательная аудиторная нагрузка (всего)</b>	<b>36</b>
в том числе:	
<i>лабораторные работы</i>	0
<i>практические занятия</i>	12
<i>контрольные работы</i>	0
<i>курсовая работа (проект)</i>	0
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>14</b>
в том числе:	
- Работа с учебной литературой, материалами периодической печати, Интернет-ресурсами по поиску информации на заданную преподавателем тему.	2
- Работа с конспектами лекции с целью составления таблиц и кроссвордов по заданным преподавателем темам.	2
<i>Итоговая аттестация в форме (указать) дифференцированного зачета</i>	

# ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ЕН.03 Информатика

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Информатика** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 ,**базовой подготовки, входящей в состав укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** .

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Дисциплина **Информатика** входит в математический и общий естественнонаучный цикл.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- пользоваться современными средствами связи и оргтехникой;
- использовать технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах;
- использовать в профессиональной деятельности различные виды программного обеспечения;
- применять телекоммуникационные средства;
- обеспечивать информационную безопасность;
- осуществлять поиск необходимой информации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности;
- организацию деятельности с использованием локальных и глобальных сетей;
- прикладное программное обеспечение и информационные ресурсы в рекламной сфере;
- основные методы и приемы обеспечения информационной безопасности

Формируемые компетенции:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

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 Использовать оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 64 часа

#### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка</b>	<b>106</b>
<b>Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося (всего)</b>	<b>64</b>
в том числе:	
лабораторные работы	0
практические занятия	48
курсовая работа (проект)	0
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>42</b>
в том числе:	
<i>Работа с учебной литературой, материалами периодической печати, справочной системы программ и Интернет-ресурсами по поиску информации на заданную преподавателем тему.</i>	8
<i>Работа с конспектом лекции с целью проектирования и моделирования различных компонентов профессиональной деятельности.</i>	6
<b>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета.</b>	

# ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОП.01 Рисунок с основами перспективы

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Рисунок с основами перспективы** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно – библиотечное дело.**

### 2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Учебная дисциплина **Рисунок с основами перспективы** входит в профессиональный цикл.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт:

- принятия самостоятельного художественного решения;
- выполнения различных графических техник;
- выполнения сложных композиционных решений.

Формируемые компетенции:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

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

ПК 2.2 Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.

#### 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося — 190 часов.

#### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>312</i>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>190</i>
в том числе:	
практические занятия	<i>108</i>
лабораторные работы (проект)	<i>108</i>
контрольные работы	<i>0</i>
курсовая работа (проект) ( <i>если предусмотрено</i> )	<i>0</i>
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<i>122</i>
в том числе:	
<u><i>Итоговая аттестация в форме творческого экзамена</i></u>	

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 Живопись с основами цветоведения

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Живопись с основами цветоведения** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно – библиотечное дело.**

### 1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Учебная дисциплина **Живопись с основами цветоведения** входит в профессиональный цикл.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- основные положения теории цветоведения;
- способы создания цветовой композиции;
- особенности работы с разными живописными техниками;
- способы создания цветом объема и пространства;
- методику использования цвета в живописном этюде фигуры;
- возможности живописно-графических стилизаций;
- методы создания стилизованных живописных изображений;
- художественный язык использования цвета в электронном изображении.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт:

- принятия самостоятельного художественного решения;
- выполнения различных живописных техник;
- выполнения сложных композиционных решений.

Формируемые компетенции:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

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

ПК 2.2 Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 200 часов.

#### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>318</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>200</b>
в том числе:	
практические занятия	116
лекции	84
контрольные работы	0
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	0
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>118</b>
в том числе:	
Работа над творческими заданиями.	0
<b><u>Итоговая аттестация в форме творческого экзамена</u></b>	

**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.03 История изобразительного искусства**

**1.1. Область применения рабочей программы**

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальностям **Реклама (031601) (базовой подготовки), укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело**

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации работников рекламы, туристических комплексов, для переподготовки преподавателей НПО и профессиональной подготовки работников музеев, гидов, имеющих общее среднее и среднее профессиональное образование. Опыт работы не требуется.

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Учебная дисциплина входит в профессиональный учебный цикл специальности **Реклама (42.02.01) (базовой подготовки), укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело**

В процессе изучения дисциплины, формируются компетенции необходимые для изучения профессиональных модулей. Темы, входящие в программу, могут осваиваться в составе МДК для совершенствования практических навыков и дальнейшего формирования общих и профессиональных компетенций.

**1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать свои знания в профессиональной деятельности

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

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

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося- 90 часов.

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>134</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>90</b>
в том числе:	
Практические занятия	22
Контрольные работы	0
Лабораторные работы	0
Курсовые работы	0
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>44</b>
в том числе:	
<i>Работа с учебной литературой и использование Интернет-ресурсов и электронных репродукций</i>	24
<i>Работа с конспектами лекций, подготовка к разным видам контроля</i>	20
<b>Итоговая аттестация в форме экзамена</b>	



## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 Экономика организации

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Экономика организации** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело**.

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке специалистов по рекламе, при наличии среднего (полного) образования. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина **Экономика организации** входит в профессиональный цикл.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен 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.

Формируемые компетенции:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

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

ПК 2.2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.

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

**ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.**

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося — 68 часов

### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка</b>	<b>102</b>
<b>Обязательная аудиторная нагрузка (всего)</b>	<b>68</b>
в том числе:	
лабораторные занятия	0
практические занятия	24
контрольные работы	0
курсовая работа (проект)	0
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>34</b>
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	0
самостоятельная работа над разработкой опорных конспектов	20
самостоятельная работа над составлением опорных схем	2
решение практических задач и ситуаций	12
<b>Итоговая аттестация</b> в форме дифференцированного зачета.	

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Безопасность жизнедеятельности** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована:

В дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации при наличии начального профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**; в профессиональной подготовке **специалиста по рекламе** и переподготовке работников в области гуманитарных наук при наличии среднего или высшего профессионального образования нетехнического профиля;

Опыт работы не требуется.

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина **Безопасность жизнедеятельности** входит в общепрофессиональные дисциплины.

### 1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;
- предпринимать профилактические меры для снижения уровней 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 само регуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;
- оказывать первую медицинскую помощь пострадавшим.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

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

- основы военной службы и обороны государства;
- задачи и основные мероприятия гражданской обороны;
- способы защиты населения от оружия массового поражения;
- меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;
- организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;
- основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;
- область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы;
- порядок и правила оказания первой медицинской помощи.

### **Формируемые компетенции:**

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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.

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 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 работу собственную работу в составе коллектива исполнителей

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия её

рекламной идее

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

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося- 68 часов.

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>102</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>68</b>
в том числе:	
лабораторные работы	0
практические занятия	48
контрольные работы	0
курсовая работа (проект)	0
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>34</b>
в том числе:	
-подготовка аналитических обзоров и поиск информации	10
-работа с учебной литературой, периодической печатью	20
-работа с конспектом лекции с целью моделирования изученного материала	4
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06 Товароведение и сертификация

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Товароведение и сертификация** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 **базовой подготовки укрупненная группа 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и переподготовки работников рекламных служб и профессиональной подготовке агентов рекламных.

### 1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина **Товароведение и сертификации** является вариативной частью профессионального цикла специальности.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- идентифицировать товары по классификационным признакам, с целью использования в рекламной деятельности;
- распознавать привлекательные характеристики товаров для составления рекламных текстов;
- работать со стандартами для использования требований в профессиональной деятельности;
- использовать информацию в сертификатах в рекламной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основы товароведения, стандартизации, и подтверждения соответствия – сертификации соответствия и декларирования соответствия;
- потребительские свойства товаров продовольственных и непродовольственных

Формируемые компетенции:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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.

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия её рекламной идее

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

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**  
Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося -114 часов.

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>148</i>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>114</i>
в том числе:	
лабораторные работы	<i>0</i>
практические занятия	<i>36</i>
контрольные работы	<i>0</i>
курсовая работа (проект)	<i>0</i>
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<i>34</i>
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	<i>0</i>
<i>Составление структурно-логических схем</i>	<i>2</i>
<i>Составление таблиц и сравнительно-аналитических таблиц</i>	<i>10</i>
<i>Составление рекламных текстов, анализ соответствия маркировки требованиям ГОСТов, технических регламентов, Закону «О рекламе»</i>	<i>12</i>
<i>Составление конспектов и схем-конспектов, тезисов</i>	
<i>Заполнение документов, составление перечня документов для проведения сертификации</i>	<i>8</i>
	<i>2</i>
<i>Итоговая аттестация в форме экзамена</i>	

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.07 Логика и аргументирование

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Логика и аргументирование** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 **базовой подготовки укрупненная группа 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.**

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии СПО. Опыт работы не требуется

### 1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Дисциплина **Логика и аргументирование** входит в профессиональный цикл общепрофессиональных дисциплин.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- пользоваться логическими законами на практике;
- использовать правила ведения дискуссий;
- пользоваться правилами доказательного рассуждения;
- владеть навыками приемов общения, ведение беседы в деятельности рекламиста;
- использовать диалог в процессе анализа и подготовки решений;
- использовать правила ведения дискуссий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- логические законы, основы теории документации;
- зависимость правильного рассуждения от его формы;
- ценность диалога, отличительные особенности;
- правила постановки простых и сложных вопросов;
- логическую структуру и виды ответов.
- Формируемые компетенции:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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.

ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей

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

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем - 56 часов.

#### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>74</i>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>56</i>
в том числе:	
лабораторные работы	-
практические занятия	<i>16</i>
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<i>18</i>
в том числе:	
<i>работа с учебной литературой, Интернет-ресурсами</i>	<i>6</i>
<i>составление схем и сравнительных таблиц</i>	<i>2</i>
<i>подготовка рефератов</i>	<i>2</i>
<i>составление практических задач, примеров</i>	<i>8</i>
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.08 Основы витринистики

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины **Основы витринистики** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 **базовой подготовки укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и переподготовки работников рекламных служб, в профессиональной подготовке агентов рекламных.

### 1.2. Место дисциплины в структуре рабочей программы подготовки специалистов среднего звена(ППССЗ):

Учебная дисциплина **Основы витринистики** является вариативной частью профессионального цикла ППССЗ 42.02.01 «Реклама».

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- создавать цветовые и фактурные схемы витрины
- проектировать и оформлять тематические (сюжетные) витрины
- осуществлять информационное обеспечение покупателя с помощью витрин
- Применять различного типа освещение в витринной экспозиции

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- Приёмы оформления витрин
- Принципы представления торговой марки через образ витрины
- Типы и виды витрин
- Классификацию витрин по художественному решению экспозиции
- Этапы разработки и реализации оформительского проекта витрины
- Принципы выборочного восприятия витрины

Формируемые компетенции:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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.

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 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями

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

ПК 2.3 Использовать оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

#### 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем- 42 часа.

#### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов
<b>Максимальная учебная нагрузка</b>	<b>54</b>
<b>Обязательная аудиторная нагрузка (всего)</b>	<b>42</b>
в том числе:	
лабораторные работы	<b>0</b>
практические занятия	<b>12</b>
контрольные работы	<b>0</b>
курсовая работа (проект)	<b>0</b>
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>12</b>
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой	<b>0</b>
поиск информации, подготовка аналитических обзоров на заданную преподавателем тему, выступления и сообщения к занятиям;	<b>4</b>
аналитическая работа по оценке соответствия внешнего и внутреннего оформления торгового пространства стандартам проектирования витрин с написанием отчёта;	<b>4</b>
исследовательская деятельность по оценке композиционного и цвето-текстурного решения витрин с представлением творческого отчёта.	<b>4</b>
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачёта	

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Осуществление поиска рекламных идей
2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.
4. Составлять и оформлять рекламные объявления
5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Программа профессионального модуля может быть использована в качестве программы для переподготовки или повышения квалификации работников рекламных агентств, имеющих среднее полное (общее) и среднетехническое образование. Также программа рассчитана на получение таких рабочих профессий как рекламный агент, копирайтер, дизайнер рекламы, работник отдела рекламы на предприятии. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

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

#### **иметь практический опыт:**

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

#### **уметь:**

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

#### **знать:**

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

### 1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 854 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 726 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 484 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 242 часов;

учебной и производственной практики – 180 часов, в том числе:  
учебная практика — 72 часа  
производственная практика — 108 часов

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ УП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной практики **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**, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510, **базовой подготовки укрупненная группа 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Осуществление поиска рекламных идей
2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.
4. Составлять и оформлять рекламные объявления
5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Программа учебной практики может быть использована в качестве программы для переподготовки или повышения квалификации работников рекламных агентств, имеющих среднее полное (общее) и среднетехническое образование. Также программа рассчитана на получение таких рабочих профессий как рекламный агент, копирайтер, дизайнер рекламы, работник отдела рекламы на предприятии. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи учебной практики.

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

#### **иметь практический опыт:**

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

#### **уметь:**

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

#### **знать:**

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

### 1.3 Рекомендуемое количество часов на учебную практику:

2 недели, 72 часа.



# ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## ПП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) **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**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510, **базовой подготовки** **крупная группа 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Осуществление поиска рекламных идей
2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.
4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
- 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
- 2.2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
- 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
- 3.1. Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка.
- 3.2. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта.
- 4.1. Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта.
- 4.2. Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.
- 4.3. Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.

Программа производственной практики (по профилю специальности) может быть использована в качестве программы для переподготовки или повышения квалификации работников рекламных агентств, имеющих среднее полное (общее) и среднетехническое образование. Также программа рассчитана на получение таких рабочих профессий как рекламный агент, копирайтер, дизайнер рекламы, работник отдела рекламы на предприятии. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности) практики.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающейся в ходе производственной практики (по профилю специальности) должен:

**иметь практический опыт:**

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

**уметь:**

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

**знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

- приёмы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

**1.3. Количество часов на производственную практику:**

3 недели, 108 часов.

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02. Производство рекламной продукции

### 1.1. Область применения программы:

Рабочая программа профессионального модуля **Производство рекламной продукции** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Производство рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке специалистов по рекламе, при наличии среднего (полного) образования. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи модуля-требования к результатам освоения модуля:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающейся в ходе освоения профессионального модуля 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 и производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и учета 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 продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы**

профессионального модуля:

Всего- 1384 часов, в том числе:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося - 988 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося- 658 часов;

самостоятельной работы обучающегося- 330 часов;

учебной и производственной практики – 396 часов:

учебная практика — 252 часа

производственная практика — 144 часа

**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**  
**УП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:**  
**МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале**  
**МДК 02.02. Проектная и компьютерная графика**

**1.1 Область применения программы**

Рабочая программа учебной практики **ПМ.02 Производство рекламной продукции: МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале, МДК 02.02. Проектная и компьютерная графика** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке специалистов по рекламе, при наличии среднего (полного) образования.

Опыт работы не требуется.

**1.2. Цели и задачи учебной практики.**

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

**иметь практический опыт:**

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

**уметь:**

- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web- технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

**знать:**

- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.

**1.3 Рекомендуемое количество часов на учебную практику:**

3 недели, 144 часа.

**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**  
**УП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:**  
**МДК 02.03. Техника и технологии рекламного фотографии**  
**МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео**

**1.1 Область применения программы**

Рабочая программа учебной практики **ПМ.02 Производство рекламной продукции : МДК 02.03. Техника и технологии рекламного фотографии, МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, базовой подготовки укрупнённой группы **42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке специалистов по рекламе, при наличии среднего (полного) образования.

Опыт работы не требуется.

**1.2. Цели и задачи учебной практики.**

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

**иметь практический опыт:**

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

**уметь:**

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

**знать:**

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

**1.3 Рекомендуемое количество часов на учебную практику:** 4 недели, 144 часа.

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### ПП 02. Производство рекламной продукции:

#### МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале

#### МДК 02.02. Проектная и компьютерная графика

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) **ПМ.02 Производство рекламной продукции: МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале, МДК 02.02. Проектная и компьютерная графика** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Разработка и создание дизайна рекламной продукции соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Программа производственной практики (по профилю специальности) может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке специалистов по рекламе, при наличии среднего (полного) образования.

Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи производственной практики:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающейся в ходе **производственной практики (по профилю специальности)** должен:

**иметь практический опыт:**

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

**уметь:**

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

**знать:**

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

**1.3. Количество часов на производственную практику: 2 недели, 72 часа.**

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### ПП 02. Производство рекламной продукции:

#### МДК 02.03. Техника и технологии рекламного фотографии

#### МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) **ПМ.02 Производство рекламной продукции: МДК 02.03. Техника и технологии рекламного фотографии, МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Разработка и создание дизайна рекламной продукции соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Программа производственной практики ( по профилю специальности) может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке специалистов по рекламе, при наличии среднего (полного) образования.

Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи производственной практики:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающейся в ходе **производственной практики (по профилю специальности)** должен:

**иметь практический опыт:**

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

**уметь:**

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

**знать:**

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

**1.3. Количество часов на производственную практику: 2 недели, 72 часа.**

**ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**

**1.1 Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО **42.02.01 Реклама**, укрупненная группа 42.00.00. Средства массовой информации и информационное библиотечное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. №510 в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
3. Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного продукта.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников рекламных служб при наличии среднего (полного) общего образования, для переподготовки преподавателей НПО и специалистов другого профиля. Опыт работы не требуется.

**1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:**

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

**иметь практический опыт:**

- выявление 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 сегментацию 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.

**1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:**

всего – 332 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 260 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 174 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 86 часов;

учебной практики 36 часов

производственной практики – 36 часов.

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

### УП 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

#### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена образовательного учреждения в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. №510 части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
3. Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного продукта.

Программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников рекламных служб при наличии среднего (полного) общего образования, для переподготовки преподавателей НПО и специалистов другого профиля. Опыт работы не требуется

#### 1.2. Цели и задачи учебной практики.

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

**иметь практический опыт:**

- выявление требований целевых групп потребителей;

**уметь:**

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментацию 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

#### 1.3. Рекомендуемое количество часов на учебную практику:

1 неделя, 36 часов.

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ III.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) ПМ 03.Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта является частью подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 базовой подготовки укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- 1.Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
- 2.Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
- 3.Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного продукта.

Программа производственной практики (по профилю специальности) может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников рекламных служб при наличии среднего (полного) общего образования, для переподготовки преподавателей НПО и специалистов другого профиля. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи производственной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающейся в ходе производственной практики (по профилю специальности) должен:

#### иметь практический опыт:

- выявление 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 сегментацию 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.

### 1.3. Количество часов на производственную практику:

1 неделя, 36 часов.

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

#### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля **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, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 **базовой подготовки** укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия её рекламной идее.
3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Программа профессионального модуля может быть использована в качестве программы для переподготовки или повышения квалификации работников рекламных агентств, имеющих среднее полное (общее) и среднетехническое образование. Также программа рассчитана на получение таких рабочих профессий как рекламный агент, работник отдела рекламы на предприятии. Опыт работы не требуется.

#### 1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

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

##### **иметь практический опыт:**

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта;
- контролирования соответствия рекламного продукта 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 рекламной продукции с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав

##### **знать:**

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

- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:**

всего – 260 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 224 часа, включая:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 150 часов;  
самостоятельной работы обучающегося – 74 часа;  
производственной практики – 36 часов.

**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**  
**ПП.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

**1.1 Область применения программы**

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) 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, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 **базовой подготовки** укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Программа производственной практики ( по профилю специальности) может быть использована в качестве программы для переподготовки или повышения квалификации работников рекламных агентств, имеющих среднее полное (общее) и среднетехническое образование. Также программа рассчитана на получение таких рабочих профессий как рекламный агент, работник отдела рекламы на предприятии. Опыт работы не требуется.

**1.2. Цели и задачи производственной практики.**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающейся в ходе производственной практики (по профилю специальности) ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта должен:

**иметь практический опыт:**

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

**уметь:**

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

**знать:**

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы 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.

**1.3. Количество часов на освоение рабочей программы практики: 36 часов.**

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05. Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный»

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.05 **Выполнение работ по профессии «Агент рекламный»** – является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО **42.02.01 Реклама**, укрупненная группа 42.00.00. Средства массовой информации и информационное библиотечное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. №510 в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный»** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- Выявлять потребность целевых групп потребителей рекламного продукта (услуги) на основе анализа коммуникаций.
- Осуществлять активную продажу рекламного продукта.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и переподготовки работников рекламных служб и профессиональной подготовке рекламных агентов при наличии среднего (полного) общего образования, для переподготовки преподавателей НПО и специалистов другого профиля. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

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

#### **иметь практический опыт:**

- выполнения работ по должности «Агент рекламный»

#### **уметь:**

- формировать и поддерживать клиентскую базу рекламной службы;
- заключать договора на рекламное обслуживание;
- выявлять эмоциональный мотив покупки;
- использовать техники управления ситуацией с помощью вопросов;
- применять методы работы с возражениями;
- давать психологическую характеристику личности;
- выстраивать структуру и управлять презентацией;
- применять комплекс методов подачи аргументов, воздействовать на сенсорную систему клиентов

#### **знать:**

- функции рекламной службы предприятия;
- характеристику рекламного продукта;
- требования потенциальных покупателей к производимой продукции и заказчиков к оказываемым услугам;
- типологию покупателей;
- техники слушания, основные приемы активного (рефлексивного) слушания;
- методы работы с возражениями и завершения продаж;
- структуру, способы и приемы презентации, способы ситуативного управления презентацией;

- способы установления контакта с клиентом, формирование первого впечатления, техники работы с возражениями клиента.

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля**

всего – 234 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 162 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 108 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 54 часа;

учебной практики – 36 часов

производственной практики – 36 часов.

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ УП.05 Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный»

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной практики ПМ.05. **Выполнение работ по профессии «Агент рекламный»** является частью программы подготовки специалистов среднего звена образовательного учреждения в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. №510 в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный»** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Выявлять потребность целевых групп потребителей рекламного продукта (услуги) на основе анализа коммуникаций.

Осуществлять активную продажу рекламного продукта.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и переподготовки работников рекламных служб и профессиональной подготовке рекламных агентов при наличии среднего (полного) общего образования, для переподготовки преподавателей НПО и специалистов другого профиля. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи учебной практики.

С целью овладения указанными видами деятельности студент в ходе данного вида практики должен:

*иметь практический опыт:*

- выполнения работ по должности «Агент рекламный»

*уметь:*

- формировать и поддерживать клиентскую базу рекламной службы;
- заключать договора на рекламное обслуживание;
- выявлять эмоциональный мотив покупки;
- использовать техники управления ситуацией с помощью вопросов;
- применять методы работы с возражениями;
- давать психологическую характеристику личности;
- выстраивать структуру и управлять презентацией;
- применять комплекс методов подачи аргументов, воздействовать на сенсорную систему клиентов

*знать:*

- функции рекламной службы предприятия;
- характеристику рекламного продукта;
- требования потенциальных покупателей к производимой продукции и заказчиков к оказываемым услугам;
- типологию покупателей;
- техники слушания, основные приемы активного (рефлексивного) слушания;
- методы работы с возражениями и завершения продаж;
- структуру, способы и приемы презентации, способы ситуативного управления презентацией;
- способы установления контакта с клиентом, формирование первого впечатления, техники работы с возражениями клиента.

### 1.3 Рекомендуемое количество часов на учебную практику: 1 неделя, 36 часов.



**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**  
**ПП.05. Выполнение работ по профессии «Агент рекламный»**

**1.1. Область применения программы**

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) ПМ.05 **Выполнение работ по профессии «Агент рекламный»** – является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО **42.02.01 Реклама**, укрупненная группа 42.00.00. Средства массовой информации и информационное библиотечное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. №510 в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный»** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Выявлять потребность целевых групп потребителей рекламного продукта (услуги) на основе анализа коммуникаций.

Осуществлять активную продажу рекламного продукта.

Программа производственной практики (по профилю специальности) может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и переподготовки работников рекламных служб и профессиональной подготовке рекламных агентов при наличии среднего (полного) общего образования, для переподготовки преподавателей НПО и специалистов другого профиля. Опыт работы не требуется.

**1.2. Цели и задачи производственной практики:**

- углубление практического опыта по виду профессиональной деятельности рекламный агент;
- развитие и совершенствование общих и профессиональных компетенций;

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

**иметь практический опыт:**

- выполнения работ по должности «Агент рекламный»

**уметь:**

- формировать и поддерживать клиентскую базу рекламной службы;
- заключать договора на рекламное обслуживание;
- выявлять эмоциональный мотив покупки;
- использовать техники управления ситуацией с помощью вопросов;
- применять методы работы с возражениями;
- давать психологическую характеристику личности;
- выстраивать структуру и управлять презентацией;
- применять комплекс методов подачи аргументов, воздействовать на сенсорную систему клиентов

**знать:**

- функции рекламной службы предприятия;
- характеристику рекламного продукта;
- требования потенциальных покупателей к производимой продукции и заказчиков к оказываемым услугам;

- типологию покупателей;
- техники слушания, основные приемы активного (рефлексивного) слушания;
- методы работы с возражениями и завершения продаж;
- структуру, способы и приемы презентации, способы ситуативного управления презентацией;
- способы установления контакта с клиентом, формирование первого впечатления, техники работы с возражениями клиента.

**1.3. Количество часов на производственную практику** Всего – 1 неделя, 36 часов.

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.06 Организация кооперативного дела и предпринимательства

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля **Организация кооперативного дела и предпринимательства** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 года №510 **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация кооперативного дела и предпринимательства** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Формировать предпринимательские идеи и определять цели деятельности кооперативного дела.
2. Применять методы исследования потребительского рынка с целью обоснования целесообразности деятельности.
3. Планировать процесс создания кооперативного дела для малого и среднего бизнеса.
4. Осуществлять процедуру юридического оформления создаваемого кооперативного дела.
5. Осуществлять организацию и управление предпринимательской деятельностью.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании по программам повышения квалификации и программам профессиональной переподготовки специалиста по рекламе; в профессиональном обучении профессиям рекламного агента при наличии основного общего, среднего (полного) общего, профессионального образования. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

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

**иметь практический опыт:**

- создания и организации кооперативного дела и предпринимательства

**уметь:**

- определять миссию, цели и задачи организации кооперативного дела и предпринимательства;
- выбирать и обосновывать предпринимательские идеи, выбирать сферу деятельности;
- применять основные технологии коллективной генерации идей;
- обладать стратегическим видением в своем предметном поле деятельности;
- применять законы развития в своем предметном поле;
- применять различные методы изучения рынка, с целью обоснования целесообразности выбранной деятельности;
- создать свою востребованность и спрос на себя, свои продукты, услуги;
- разрабатывать маркетинговую стратегию кооперативного дела, бизнеса;
- реализовывать клиентоориентированный подход в деятельности;
- осуществлять эффективные внешние и внутренние коммуникации;
- разрабатывать структуру бизнес-плана;
- осуществлять экономическое обоснование, расчет и анализ показателей бизнес-плана;
- разрабатывать и проводить бизнес-презентацию;

- применять законодательные акты при организации кооперативного дела, бизнеса;
- выбирать организационно-правовую форму предпринимательства;
- оформлять документы для организации и ведения кооперативного дела, бизнеса;
- обосновывать выбор оптимальной системы налогообложения;
- заключать гражданско-хозяйственные договоры для ведения кооперативного дела, малого и среднего бизнеса;
- отбирать персонал с учетом требований организации;
- формировать организационную структуру и корпоративный имидж кооперативного дела;
- планировать инновационную деятельность и мероприятия по снижению уровня предпринимательского риска;
- налаживать и поддерживать систему эффективной 3-Д оценки;
- определять экономические показатели эффективности деятельности;
- владеть инструментами самоменеджмента;
- сохранять преимущества дела (кооперативного), модернизируя его.

**знать:**

- природу происхождения, миссию, цели, задачи, основы организации, деятельности, развития и ценности потребительской кооперации;
- источники формирования предпринимательских идей, критерии и методы их отбора;
- методику проведения исследований рынка, в целях обоснования целесообразности выбранного вида деятельности;
- значение, структуру, требования к разработке и содержание бизнес-плана;
- законодательные основы создания и ведения предпринимательской деятельности;
- эффективную систему, технологий и инструменты коммуникации с работниками, пайщиками, жителями, властью;
- виды систем налогообложения и порядок постановки на налоговый учет;
- источники формирования имущества и трудовых ресурсов организуемого кооперативного дела;
- технологии ведения деятельности;
- методы оценки и отбора персонала;
- инструментарий эффективного маркетинга и самоменеджмента;
- показатели эффективности работы организации;
- организационные структуры, органы управления и контроля;
- систему эффективной 3-Д оценки;
- виды инноваций, их значение для повышения экономической эффективности деятельности;
- типы и виды предпринимательских рисков, виды потерь и процесс управления рисками;
- особенности формирования корпоративной культуры.

**1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:**

всего –242 часа, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 170 часов, включая:
  - обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –114 часов;
  - самостоятельной работы обучающегося – 56 часов;
- учебной практики и практики по профилю специальности – 72 часа.



## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ УП.06 Организация кооперативного дела и предпринимательства

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной практики ПМ.06 Организация кооперативного дела и предпринимательства является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, базовой подготовки, укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Организация кооперативного дела и предпринимательства» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Формировать предпринимательские идеи и определять цели деятельности кооперативного дела.
2. Применять методы исследования потребительского рынка с целью обоснования целесообразности деятельности.
3. Планировать процесс создания кооперативного дела для малого и среднего бизнеса.
4. Осуществлять процедуру юридического оформления создаваемого кооперативного дела.
5. Осуществлять организацию и управление предпринимательской деятельностью.

Программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании по программам повышения квалификации и программам профессиональной переподготовки специалиста по рекламе; в профессиональном обучении профессиям рекламного агента при наличии основного общего, среднего (полного) общего, профессионального образования. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи учебной практики.

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

#### **иметь практический опыт:**

- организации и осуществления предпринимательской деятельности, в том числе в системе потребительской кооперации;

#### **уметь:**

- определять миссию, цели и задачи организации кооперативного дела и предпринимательства;
- выбирать и обосновывать предпринимательские идеи, выбирать сферу деятельности;
- применять основные технологии коллективной генерации идей;
- обладать стратегическим видением в своем предметном поле деятельности;
- применять законы развития в своем предметном поле;
- применять различные методы изучения рынка, с целью обоснования целесообразности выбранной деятельности;
- создать свою востребованность и спрос на себя, свои продукты, услуги;
- разрабатывать маркетинговую стратегию кооперативного дела;
- реализовывать клиентоориентированный подход в деятельности;
- осуществлять эффективные внешние и внутренние коммуникации;
- разрабатывать структуру бизнес-плана;
- осуществлять экономическое обоснование, расчет и анализ показателей бизнес-плана;

- разрабатывать и проводить бизнес-презентацию;
- применять законодательные акты при организации кооперативного дела;
- выбирать организационно-правовую форму предпринимательства;
- оформлять документы для организации и ведения кооперативного дела;
- обосновывать выбор оптимальной системы налогообложения;
- заключать гражданско-хозяйственные договоры для ведения кооперативного дела, малого и среднего бизнеса;
- отбирать персонал с учетом требований организации;
- формировать организационную структуру и корпоративный имидж кооперативного дела;
- планировать инновационную деятельность и мероприятия по снижению уровня предпринимательского риска;
- налаживать и поддерживать систему эффективной 3-Д оценки;
- определять экономические показатели эффективности деятельности;
- владеть инструментами самоменеджмента;
- сохранять преимущества дела (кооперативного), модернизируя его.

**знать:**

- природу происхождения, миссию, цели, задачи, основы организации, деятельности, развития и ценности потребительской кооперации;
- источники формирования предпринимательских идей, критерии и методы их отбора;
- методику проведения исследований рынка, в целях обоснования целесообразности выбранного вида деятельности;
- значение, структуру, требования к разработке и содержание бизнес-плана;
- законодательные основы создания и ведения предпринимательской деятельности;
- эффективную систему, технологий и инструменты коммуникации с работниками, пайщиками, жителями, властью;
- виды систем налогообложения и порядок постановки на налоговый учет;
- источники формирования имущества и трудовых ресурсов организуемого кооперативного дела;
- технологии ведения деятельности;
- методы оценки и отбора персонала;
- инструментарий эффективного маркетинга и самоменеджмента;
- показатели эффективности работы организации;
- организационные структуры, органы управления и контроля;
- систему эффективной 3Д оценки;
- виды инноваций, их значение для повышения экономической эффективности деятельности;
- типы и виды предпринимательских рисков, виды потерь и процесс управления рисками;
- особенности формирования корпоративной культуры.

**1.3. Рекомендуемое количество часов на учебную практику:** 1 неделя, 36 часов.

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП.06 Организация кооперативного дела и предпринимательства

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) ПМ.06 **Организация кооперативного дела и предпринимательства** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 года №510, **базовой подготовки укрупнённой группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация кооперативного дела и предпринимательства** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Формировать предпринимательские идеи и определять цели деятельности кооперативного дела.
2. Применять методы исследования потребительского рынка с целью обоснования целесообразности деятельности.
3. Планировать процесс создания кооперативного дела для малого и среднего бизнеса.
4. Осуществлять процедуру юридического оформления создаваемого кооперативного дела.
5. Осуществлять организацию и управление предпринимательской деятельностью

Программа производственной практики (по профилю специальности) может быть использована в дополнительном профессиональном образовании по программам повышения квалификации и программам профессиональной переподготовки специалиста по рекламе; в профессиональном обучении профессиям рекламного агента при наличии основного общего, среднего (полного) общего, профессионального образования. Опыт работы не требуется.

### 1.2. Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности):

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе **производственной практики (по профилю специальности)** должен:

**иметь практический опыт:**

- организации и осуществления предпринимательской деятельности, в том числе в системе потребительской кооперации;

**уметь:**

- определять миссию, цели и задачи организации кооперативного дела и предпринимательства;
- выбирать и обосновывать предпринимательские идеи, выбирать сферу деятельности;
- обладать стратегическим видением в своем предметном поле деятельности;
- применять законы развития в своем предметном поле;
- применять различные методы изучения рынка, с целью обоснования целесообразности выбранной деятельности;
- создать свою востребованность и спрос на себя, свои продукты, услуги
- разрабатывать маркетинговую стратегию кооперативного дела;
- реализовывать клиентоориентированный подход в деятельности;
- осуществлять эффективные внешние и внутренние коммуникации;
- выбирать организационно-правовую форму предпринимательства;

- отбирать персонал с учетом требований организации;
- формировать организационную структуру и корпоративный имидж кооперативного дела;
- владеть инструментами самоменеджмента;

**знать:**

- природу происхождения, миссию, цели, задачи, основы организации, деятельности, развития и ценности потребительской кооперации;
- источники формирования предпринимательских идей, критерии и методы их отбора;
- методику проведения исследований рынка, в целях обоснования целесообразности выбранного вида деятельности;
- законодательные основы создания и ведения предпринимательской деятельности;
- эффективную систему, технологий и инструменты коммуникации с работниками, пайщиками, жителями, властью;
- технологии ведения деятельности;
- методы оценки и отбора персонала;
- инструментарий эффективного маркетинга и самоменеджмента;
- показатели эффективности работы организации;
- организационные структуры, органы управления и контроля;
- виды инноваций, их значение для повышения экономической эффективности деятельности;
- типы и виды предпринимательских рисков, виды потерь и процесс управления рисками;
- особенности формирования корпоративной культуры.

**1.3. Рекомендуемое количество часов на производственную практику (по профилю специальности): 1 неделя, 36 часов.**

## ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

### ПДП Преддипломная практика

#### 1.1. Область применения программы

Программа производственной практики (преддипломной) (далее практики) является частью программы подготовки специалистов среднего звена образовательного учреждения в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01. «Реклама»** по программе базовой подготовки части освоения основных видов профессиональной деятельности: разработки дизайнерских проектов, воплощения авторских проектов в материале, проведения метрологической экспертизы, работы с коллективом исполнителей, составления заданий для реализации дизайн - проекта.

#### 1.2. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики:

##### *Цели и задачи практики:*

- углубление практического опыта по видам профессиональной деятельности дизайнера;
- развитие и совершенствование общих и профессиональных компетенций;
- поиск, систематизация и обобщение практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы.
- обеспечивать эффективное применение прикладного программного обеспечения.

#### 1.3. Количество часов на освоение программы производственной практики:

Всего – 4 недели, 144 часа.