Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Добренькова Екатерина Владимировна
Должность: Директор
Дата подписания: 08.04.2025 17:46:10
Уникальный программный ключ:
7a6a6f98074c173760311d08eb3eca7614178e24

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ
д.с.н., профессор Е.В. Добренькова
« 30 » июня 2021

РАБОЧИИ ПРОГРАММЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

для специальности
42.02.01 Реклама
базовой подготовки

Профессиональная образовательная
автономная некоммерческая организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

«30» июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Для специальности
среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта профессионального образования (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 26 июня 2014 г. № 32859

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

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

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) в части освоения основного вида деятельности
(ВД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профес-
сиональных компетенций (ПК)

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:
иметь практический опыт:
выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
создания визуального образа с рекламными функциями;
художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
уметь:
осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
составлять рекламные тексты;
знать:
выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
приемы и принципы составления рекламного текста;
композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
методы проектирования рекламного продукта;
методы психологического воздействия на потребителя.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего 500 ч, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося - 480 ч, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 320 ч;
самостоятельной работы обучающегося - 160ч;
производственной практики (по профилю специальности) - 5 недель (180 ч), в том числе в форме практической подготовки 5 недель (180 ч)

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **Разработка и создание дизайна рекламной продукции**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями

Код	Наименование результата обучения
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.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном само-	**ЛР 2**

управлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	**ЛР 3**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	**ЛР 4**
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	**ЛР 5**
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	**ЛР 13**
Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	**ЛР 14**
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	**ЛР 15**

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. . Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),
				Всего	в т. ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 1.2, 1.5	МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	204		136	58	-	68	-	-	-
ПК 1.1, 1.3, 1.4	МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	276		184	112	-	92	-	-	-
ПК 1.1-1.5	Учебная практика, в том числе в форме практической подготовки	180	180							180
	Всего:	500	180	320	170		160			180

3.2. Тематический план профессионального модуля (заочная форма обучения)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),
				Всего	в т. ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 1.2, 1.5	МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	204		136	58	-	68	-	-	-
ПК 1.1, 1.3, 1.4	МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	276		184	112	-	92	-	-	-
ПК 1.1-1.5	Учебная практика, в том числе в форме практической подготовки	180	180							180
	Всего:	500	180	320	170		160			180

3.3. Содержание обучения . по профессиональному модулю (очная форма обучения)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**3**	**4**
	4,5 семестр			
МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта				
Раздел 1. Дизайн рекламы как вид художественного проектирования				
Тема 1.1 Творческий процесс разработки рекламного продукта.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Форма и содержание рекламного продукта. Взаимосвязь между процессом создания рекламы и творческой идеей. Формы творческой идеи. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. Коммуникационный характер рекламы.	2	2
	2.	**Практическое задание** Художественное редактирование рекламного материала.	2	
	3.	**Практическое задание** Сравнительный анализ рекламного материала.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Оценка визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.		6	
Тема 1.2. Технология исследования и создания рекламного образа.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Рекламный образ. Визуальные образы в рекламе	2	2
	2.	**Практическое занятие** Исследование и анализ использования визуальных образов в рекламе.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ практики использование образов классического искусства в социальной рекламе.		4	
Тема 1.3. Оценка художественной ценности рекламного продукта.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта. Система качественных и количественных показателей.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Цвет и его влияние на восприятие рекламного обращения (разработать от 5 до 10 креативных идей, готовых к дальнейшей доработке и воплощению).	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Оценка разработанных идей (сочетание стратегии, идеи и воплощения).		4	
Раздел 2. Композиция и цельность восприятия рекламного образа				
Тема 2.1. Художественные средства построения композиции в дизайне рекламы. Графические элементы в рекламе.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Элементы организации графической композиции. Характеристика точки, линии и пятна как основных элементов организации плоскостной композиции и выражения графического образа. Шрифтовая графика как отдельная область искусства. Шрифт в рекламной композиции. Основные виды шрифтовых гарнитур, особенности их строения. Правила конструктивного построения шрифтовых знаков (букв).	2	2

	2.	**Практическое занятие** Шрифтовая графическая композиция на плоскости. Способы создания плоскостной графической композиции. Цвет и цветовая гармония.	2	
	3.	**Практическое занятие** Способы создания плоскостной графической композиции.	2	
	4.	**Практическое занятие** Цвет и цветовая гармония.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Эскизная разработка шрифтовой композиции. Разработка колористического решения природных явлений.		6	
Тема 2.2. **Факторы композиционно-художественного формообразования в дизайне рекламы**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Основные принципы композиционно-художественного формообразования в рекламе. Взаимодействие элементов на композиционном поле.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Имитация материалов и фактур в дизайне.	2	
	3.	**Практическое занятие** Графические приемы стилизации.	2	
	4.	**Практическое занятие** Импровизация и трансформация форм.	2	
	5.	**Практическое занятие** Создание рельефных форм из листа бумаги методом структурных деформаций плоскости.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение приемов работы с бумагой.		4	
Тема 2.3. **Средства гармонизации художественной формы в дизайне рекламы.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Гармонизация структуры и формы объекта. Нюанс-контраст. Динамика-статика. Метр-ритм. Размер-масштаб. Отношения. Пропорции.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка и выполнение вариантов композиций с применением средств гармонизации художественной формы.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Построение композиции с использованием разных графических и пластических форм.		6	
Раздел 3.Технология проектирования рекламного продукта (по его видам)				
Тема 3.1. **Методы проектирования рекламной продукции.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Этапы проектирования. Состав и стадии разработки проекта. Методы проведения проектных исследований. Анализ проектной ситуации. Особенности проектирования товарного знака. Товарный знак. История товарных знаков. Виды товарных знаков и требования к ним. Сбор информации по теме исследований.	2	2
	4.	**Практическое занятие** Разработка технического задания на проектирование.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение вариантов эскизов.		6	

Тема 3.2. Художественное решение товарного знака.	**Содержание учебного материала**		**4**	2
	1.	Разработка композиционной структуры товарного знака. Состав и количество основных композиционных элементов.	2	2
	2.	Взаимное расположение и соподчиненность основных элементов композиции. Пластическая характеристика элементов.	2	2
	3.	**Практическое занятие** разработка графического, цветофактурного и колористического решения	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение вариантов эскизов.		5	
Тема 3.3. Визуализация проекта.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Технические и программные средства для создания рекламного продукта. Выполнение рекламных проектов в материале.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Построение изображения товарного знака с помощью аксонометрических проекций.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение макета в материале.		4	
Раздел 4. Черчение				
Тема 4.1. Чертежные инструменты и принадлежности.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Введение. Краткий исторический обзор. Оформление чертежей. Чертежные инструменты и принадлежности.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с методической литературой по начертательной геометрии, черчению, проекционному черчению;		2	
Тема 4.2. Оформление чертежей	**Содержание учебного материала**			
	1.	Форматы и масштабы. Линии чертежа. Основные правила нанесения размеров на чертежах. Линейные размеры. Угловые размеры. Условные обозначения и изображения.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Чертежный шрифт.	2	
	3.	**Практическое занятие** Графическая работа: «Чертеж плоской детали с простановкой размеров».	2	
	4.	**Практическое занятие** Графическая работа: «Линии чертежа. Составление линейного орнамента».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение щрифтовой композиции.		**2**	
Тема 4.3. Геометрические построения.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Геометрические построения. Деление отрезка и окружности на равные части. Сопряжения. Построение сопряжений	2	2
	2.	**Практическое занятие** Деление отрезка и окружности на равные части	2	
	3.	**Практическое занятие** Сопряжения. Построение сопряжений	2	

	Самостоятельная работа обучающихся Создание альбома «Черчение».		2	
Тема 4.4. Кривые линии.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Коробовые кривые: овал, овоид, завиток. Циклические кривые: спирали, эвольвенты окружности. Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Коробовые кривые: овал, овоид, завиток	2	
	3.	**Практическое занятие** Циклические кривые: спирали, эвольвенты окружности. Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Построение коробовых кривых. Построение циклических кривых. Построение лекальных кривых.		2	
Тема 4.5. Способы получения графических изображений.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Центральное и параллельное проецирование. Виды параллельного проецирования.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации на тему «Проецирование.»		**2**	
Тема 4.6. Ортогональные проекции. Проекции точки, прямой и плоскости	**Содержание учебного материала**			
	1.	Проекции точки, прямой и плоскости.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Проекции точки, прямой.	2	
	3.	**Практическое занятие** Проекции плоскости.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации на тему «Коробовые и лекальные прямые».		2	
Тема 4.7. Взаимное расположение прямых, плоскостей.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Прямая общего положения, горизонтальная прямая, фронтальная прямая, профильная прямая. Проецирующие прямые. Конкурирующие точки. Пересекающиеся прямые. Скрещивающиеся прямые. Плоскость общего положения. Плоскости уровня.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Графическая работа. Пересекающиеся и скрещивающиеся прямые.	2	
	3.	**Практическое занятие** Практическая работа. Плоскость общего положения. Плоскости уровня.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Графическая работа: «Орнамент в полосе».		**2**	
Тема 4.8. Способы преобразования чертежа	**Содержание учебного материала**			
	1.	Способ перемены плоскостей проекций. Способ плоскопараллельного перемещения. Способ совмещения и вращения.	2	2
	2.	**Практическое занятие**	2	

		Практическая работа. Способы преобразования чертежа. Способ перемены плоскостей проекций		
	3.	**Практическое занятие** Практическая работа. Способы преобразования чертежа. Способ плоскопараллельного перемещения. Способ совмещения и вращения.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Графическая работа: «Преобразование чертежа».		2	
Тема 4.9. Аксонометрические проекции.	**Содержание учебного материала**		2	2
	1.	Общие сведения. Прямоугольные аксонометрические проекции. Изометрическая проекция. Прямоугольная диметрическая проекция. Косоугольные аксонометрические проекции. Построение плоских геометрических фигур в аксонометрии. Изображение окружности в прямоугольной аксонометрической проекции. Построение плоскогранных предметов в аксонометрии.		
	2.	**Практическое занятие** Практическая работа. Изображение окружности в прямоугольной аксонометрической проекции.	2	
	3.	**Практическое занятие** Графическая работа. Построение плоских геометрических фигур в аксонометрии.	2	
	4.	**Практическое занятие** Графическая работа. Построение плоскогранных предметов в аксонометрии.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Графическая работа «Построение плоскогранных предметов в аксонометрии»		2	
Тема 4.10. Геометрические тела в ортогональных и аксонометрических проекциях	**Содержание учебного материала**			
	1.	Многогранники: призма, пирамида. Тела и поверхности вращения: цилиндр, конус, шар, тор	2	2
	2.	**Практическое занятие** Графическая работа «Геометрические тела в ортогональных и аксонометрических проекциях».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Графическая работа «Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух геометрических тел».		2	
Тема 4.11. Выполнение разверток геометрических тел.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Развертки куба, призмы, пирамиды, цилиндра, конуса.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Выполнение разверток геометрических тел	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение развертки и макета призмы.		2	
Тема 4.12. Пересечение многогранников и тел вращения проецирующей плоскостью.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Практическая работа. Пересечение многогранников проецирующей плоскостью. Построение линии среза.	2	
	2.	**Практическое занятие** Практическая работа. Пересечение тел вращения проецирующей плоскостью. Построение линии среза.	2	
	3.	**Практическое занятие** Графическая работа «Пересечение проецирующей плоскостью многогранника	2	

	и тел вращения. Построение линии среза».			
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение развертки и макета пирамиды.		2	
Тема 4.13. Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух тел.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Практическая работа. Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух многогранников.	2	
	2.	**Практическое занятие** Практическая работа. Построение линии взаимного пересечения поверхностей многогранника и тела вращения.	2	
	3.	**Практическое занятие** Практическая работа. Построение линии взаимного пересечения двух тел вращения.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение развертки и макета конуса. Выполнение развертки и макета цилиндра.		4	
Раздел 5. Шрифтоведение				
Тема 5.1. Структурные элементы шрифта и надписи. Построение букв по модульной сетке	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Выбор плакатных перьев. Правила работы пером. Упражнение - “Орнамент” Выполнение алфавита гротеском.	1	
	2.	**Практическое занятие** Выполнение различных вариантов гротеска. Выполнение алфавита брускового шрифта. Упражнение «Солнышко» Написание пером букв группы Антиква	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение текста гротеском (миллиметровка А4). Упражнение по написанию круглых элементов букв. Выполнение надписи способом накладных букв.		4	
Тема 5.2. Построение и разработка шрифта.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Создание букв алфавита определенной гарнитуры по нескольким заданным	1	
	2.	**Практическое занятие** Создание собственной оригинальной гарнитуры шрифта.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Построение букв на основе квадрата. Новая Антиква. Пропорции и начертание букв. Написание пером букв группы Антиква. Упражнение «Квадрата. Рустика, Унциал». Композиция текста рукописным шрифтом.		4	
Тема 5.3. Шрифтовые композиции.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Эскизирование шрифтовой композиции.	2	
	2.	**Практическое занятие** Выполнение в материале шрифтовой композиции.	1	
	3.	**Практическое занятие**	1	

	Выполнение в материале шрифтовой композиции.			
	Самостоятельная работа обучающихся Праздничная открытка. Написание стихов каллиграфическим почерком. Создание букв алфавита определенной гарнитуры. Разработка шрифтовой композиции. Создание композиции афиши. Социальный плакат.		4	
Всего			**198**	
3-5 семестр				
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта				
Раздел 1. Организация процесса разработки рекламного продукта.				
Тема 1.1 **Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Определение творческой концепции рекламного продукта. Процесс разработки творческой концепции, выявление УТП. Вариации творческих концепций в современной рекламе: примеры известных брендов. Формы воплощения творческих концепций рекламы.	2	2
	2.	**Практическое задание** Разработка рекламной концепции для учебного заведения.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Предоставить примеры различных типов рекламных концепций для наружной, печатной, телевизионной и радиорекламы.		2	
Тема 1.2. **Креатив в рекламе. Основные методы и приемы генерации творческих идей**.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Креатив в рекламе. Основные методы генерации новых идей. Специфика креатива в рекламе: возможности и ограничения. Мозговой штурм.	2	2
	2.	**Практическое задание** Практическое занятие: мозговой штурм по неймингу и разработке концепции рекламной кампании для выбранного продукта.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Нахождение нестандартных и наиболее оригинальных решений по каждому виду рекламы.		2	
Раздел 2. Рекламная концепция и формирование корпоративного стиля.				
Тема 2.1. **Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция.**	**Содержание учебного материала**		2	2
	1.	Определение корпоративного /фирменного/ стиля. Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы /предприятия/. Задачи фирменного стиля.		
	2.	Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования. Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Основные концептуальные стилеобразующие элементы. Носители фирменного стиля. Система идентификации.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Концептуальное решение корпоративного стиля торгового /производственного/ предприятия /фирмы/.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ фирменного стиля известных брендов		2	
Тема 2.2.	**Содержание учебного материала**			

Концептуальные стилеобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы	1.	Историография появления и развития знаковых систем. Концептуальные стилеобразующие элементы - логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов. Визуализация ассоциативного образа. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка логотипа /товарного знака, торговой марки, эмблемы фирмы или предприятия/.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся анализ элементов фирменного стиля выбранной торговой марки.		2	
Тема 2.3. Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля.	**Содержание учебного материала**		2	2
	1.	Система идентификации и фирменная папка. Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение. Принципы конструктивного построения и стилевого единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы.		
	2.	**Практическое занятие** Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного /фирменного/ стиля.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Конкурс работ по формированию элементов фирменного стиля для учебного заведения		5	
Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама.				
Тема 3.1. Информационно-графический комплекс и его направления. рекламный плакат.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Причины возникновения и характер развития информационно-графических комплексов. Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка концептуального проекта информационно - графического рекламного комплекса.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ информационно-графического комплекса рекламы для местных рекламодателей.		4	
Тема 3.2. Виды печати и печатной продукции.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Значение и роль печатной рекламной продукции. Современные виды печати /офсетная, цифровая, трафаретная, широкоформатная и др./ Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки. Виды печатной продукции. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции.	2	2
	2.	Плакат как вид печатной рекламной продукции. Классификация плакатов. Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката. Лаконичная выразительность формы и содержания. Использование фототехнологий в работе над плакатом.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Разработка изобразительного рекламного плаката.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся		4	

	Анализ 5 различных экземпляров печатной рекламы.			
Тема 3.3. Дизайн-проект рекламного буклета.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка дизайн-проекта рекламного буклета	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Практика в сфере дизайна, изучение дизайнерских программ		4	
Раздел 4 Реклама товарной продукции.				
Тема 4.1 Дизайн упаковки	**Содержание учебного материала**			
	1.	Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений. Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка дизайн-проекта упаковки товара.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ дизайн-решений различных упаковок по выбранному сектор продовольственных товаров.		4	
Тема 4.2. Дизайн-проект наружной рекламы	**Содержание учебного материала**			
	1.	Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы. Световая реклама и светотехника.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Проектное предложение размещения рекламы в пространстве города.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции.		4	
Тема 4.3. Реклама на транспорте.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте. Современные технологии реализации проекта.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Особенности композиционного построения, размещаемой на транспорте.	2	
	3.	**Практическое занятие** Особенности графического решения в рекламе, размещаемой на транспорте.	2	
	4.	**Практическое занятие** Особенности шрифтового и колористического решений в рекламе, размещаемой на транспорте.	2	

	5.	**Практическое занятие** Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте.	2	
	6.	**Практическое занятие** Проектное предложение размещения рекламы на транспорте.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции.		4	
Раздел 5 Специфика разработки теле- и -радиорекламы.				
Тема 5.1 **Процесс производства телевизионной рекламной продукции**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Сущность рекламной телепродукции. История развития в России и за рубежом. Специфика телевизионной рекламы. Этапы процесса производства телевизионной рекламы. Креатив в телерекламе. Требования к телевизионной рекламе и действующие ограничения.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров	7	
	Самостоятельная работа обучающихся просмотр рекламных работ фестиваля «Каннские львы», выбор и письменный анализ самого интересного и нестандартного решения в рекламе.		5	
Итого			**127**	
Учебная практика, в том числе в форме практической подготовки			**180**	
Виды работ Создание логотипа для заказчика. Предложения по применению выбранного логотипа в фирменном стиле. Эскизирование элементов фирменного стиля. Отработка практических навыков по созданию заголовков в рекламе. Подбор заголовков к тексту, используя 30 практических советов по их составлению. Составление рекламного слогана. Основной текст рекламного сообщения. Написание эффективного рекламного текста. Разработка вариантов композиционного решения обложки буклета для заказчика. Зачин, ОРТ, эхо-фраза. Отработка практических навыков по созданию каждого из элементов. Система отбора слов в рекламный текст. Применение ее на практике. Создание брендбука к одобренному логотипу.				
Всего			**505**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или пол руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3.4. Содержание обучения . по профессиональному модулю (заочная форма обучения)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*	Объем часов	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**4**
МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта			
Раздел 1. Дизайн рекламы как вид художественного проектирования		**27**	
Тема 1.1 Творческий процесс разработки рекламного продукта.	**Содержание учебного материала**		
	1. Форма и содержание рекламного продукта. Взаимосвязь между процессом создания рекламы и творческой идеей. Формы творческой идеи. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. Коммуникационный характер рекламы.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Художественное редактирование рекламного материала. Сравнительный анализ рекламного материала. Оценка визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.	8	
Тема 1.2. Технология исследования и создания рекламного образа.	**Содержание учебного материала**		
	1. Рекламный образ. Визуальные образы в рекламе	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Исследование и анализ использования визуальных образов в рекламе. Анализ практики использование образов классического искусства в социальной рекламе.	8	
Тема 1.3. Оценка художественной ценности рекламного продукта.	**Содержание учебного материала**		
	1. Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта. Система качественных и количественных показателей.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Цвет и его влияние на восприятие рекламного обращения (разработать от 5 до 10 креативных идей, готовых к дальнейшей доработке и воплощению). Оценка разработанных идей (сочетание стратегии, идеи и воплощения).	8	
Раздел 2. Композиция и цельность восприятия рекламного образа		**29**	
Тема 2.1. Художественные средства построения композиции в дизайне рекламы. Графические элементы в рекламе.	**Содержание учебного материала**		
	1. Элементы организации графической композиции. Характеристика точки, линии и пятна как основных элементов организации плоскостной композиции и выражения графического образа. Шрифтовая графика как отдельная область искусства. Шрифт в рекламной композиции. Основные виды шрифтовых гарнитур, особенности их строения. Правила конструктивного построения шрифтовых знаков (букв).	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Шрифтовая графическая композиция на плоскости. Способы создания плоскостной графической композиции. Цвет и цветовая гармония.Способы создания плоскостной графической композиции. Цвет и цветовая гармония. Эскизная разработка шрифтовой композиции. Разработка колористического решения природных явлений.	8	
Тема 2.2.	**Содержание учебного материала**		

Факторы композиционно-художественного формообразования в дизайне рекламы	1.	Основные принципы композиционно-художественного формообразования в рекламе. Взаимодействие элементов на композиционном поле.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Имитация материалов и фактур в дизайне. Графические приемы стилизации. Импровизация и трансформация форм. Создание рельефных форм из листа бумаги методом структурных деформаций плоскости. Изучение приемов работы с бумагой.		9	
Тема 2.3. **Средства гармонизации художественной формы в дизайне рекламы.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Гармонизация структуры и формы объекта. Нюанс-контраст. Динамика-статика. Метр-ритм. Размер-масштаб. Отношения. Пропорции.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка и выполнение вариантов композиций с применением средств гармонизации художественной формы.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Построение композиции с использованием разных графических и пластических форм.		8	
Раздел 3.Технология проектирования рекламного продукта (по его видам)			**36**	
Тема 3.1. **Методы проектирования рекламной продукции.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Этапы проектирования. Состав и стадии разработки проекта. Методы проведения проектных исследований. Анализ проектной ситуации. Особенности проектирования товарного знака. Товарный знак. История товарных знаков. Виды товарных знаков и требования к ним. Сбор информации по теме исследований.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка технического задания на проектирование.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение вариантов эскизов.		8	
Тема 3.2. **Художественное решение товарного знака.**	**Содержание учебного материала**			2
	1.	Разработка композиционной структуры товарного знака. Состав и количество основных композиционных элементов.	1	2
	2.	**Практическое занятие** разработка графического, цветофактурного и колористического решения	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Взаимное расположение и соподчиненность основных элементов композиции. Пластическая характеристика элементов. Выполнение вариантов эскизов.		6	
Тема 3.3. **Визуализация проекта.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Технические и программные средства для создания рекламного продукта. Выполнение рекламных проектов в материале.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Построение изображения товарного знака с помощью аксонометрических проекций.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение макета в материале.		12	
Раздел 4. Черчение			95	

Тема 4.1. Чертежные инструменты и принадлежности.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Введение. Краткий исторический обзор. Оформление чертежей. Чертежные инструменты и принадлежности.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с методической литературой по начертательной геометрии, черчению, проекционному черчению;		9	
Тема 4.2. Оформление чертежей	**Содержание учебного материала**			
	1.	Форматы и масштабы. Линии чертежа. Основные правила нанесения размеров на чертежах. Линейные размеры. Угловые размеры. Условные обозначения и изображения.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Чертежный шрифт.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Графическая работа: «Чертеж плоской детали с простановкой размеров». Графическая работа: «Линии чертежа. Составление линейного орнамента». Выполнение шрифтовой композиции.		**8**	
Тема 4.3. Геометрические построения.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Геометрические построения. Деление отрезка и окружности на равные части. Сопряжения. Построение сопряжений	1	2
	2.	**Практическое занятие** Деление отрезка и окружности на равные части	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Сопряжения. Построение сопряжений Создание альбома «Черчение».		6	
Тема 4.4. Кривые линии.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Коробовые кривые: овал, овоид, завиток. Циклические кривые: спирали, эвольвенты окружности. Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Коробовые кривые: овал, овоид, завиток	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Циклические кривые: спирали, эвольвенты окружности. Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола. Построение коробовых кривых. Построение циклических кривых. Построение лекальных кривых.		6	
Тема 4.5. Способы получения графических изображений.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Центральное и параллельное проецирование. Виды параллельного проецирования.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации на тему «Проецирование.»		**2**	
Тема 4.6. Ортогональные проекции. Проекции точки, прямой и плоскости	**Содержание учебного материала**			
	1.	Проекции точки, прямой и плоскости.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Проекции точки, прямой.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Проекции плоскости. Подготовка презентации на тему «Коробовые и лекальные прямые».		3	

Тема 4.7. Взаимное расположение прямых, плоскостей.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Прямая общего положения, горизонтальная прямая, фронтальная прямая, профильная прямая. Проецирующие прямые. Конкурирующие точки. Пересекающиеся прямые. Скрещивающиеся прямые. Плоскость общего положения. Плоскости уровня.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Графическая работа. Пересекающиеся и скрещивающиеся прямые.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Практическая работа. Плоскость общего положения. Плоскости уровня. Графическая работа: «Орнамент в полосе».		**3**	
Тема 4.8. Способы преобразования чертежа	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Практическая работа. Способы преобразования чертежа. Способ перемены плоскостей проекций	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Способ перемены плоскостей проекций. Способ плоскопараллельного перемещения. Способ совмещения и вращения. Способы преобразования чертежа. Способ плоскопараллельного перемещения. Способ совмещения и вращения. Графическая работа: «Преобразование чертежа».		6	
Тема 4.9. Аксонометрические проекции.	**Содержание учебного материала**		1	2
	1.	Общие сведения. Прямоугольные аксонометрические проекции. Изометрическая проекция. Прямоугольная диметрическая проекция. Косоугольные аксонометрические проекции. Построение плоских геометрических фигур в аксонометрии. Изображение окружности в прямоугольной аксонометрической проекции. Построение плоскогранных предметов в аксонометрии.		
	2.	**Практическое занятие** Практическая работа. Изображение окружности в прямоугольной аксонометрической проекции.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Графическая работа. Построение плоских геометрических фигур в аксонометрии. Графическая работа «Построение плоскогранных предметов в аксонометрии»		6	
Тема 4.10. Геометрические тела в ортогональных и аксонометрических проекциях	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Многогранники: призма, пирамида. Тела и поверхности вращения: цилиндр, конус, шар, тор. Графическая работа «Геометрические тела в ортогональных и аксонометрических проекциях».	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Графическая работа «Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух геометрических тел».		6	
Тема 4.11. Выполнение разверток геометрических тел.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Развертки куба, призмы, пирамиды, цилиндра, конуса.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Выполнение разверток геометрических тел	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение развертки и макета призмы.		8	
Тема 4.12.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие**	1	

Пересечение многогранников и тел вращения проецирующей плоскостью.		Практическая работа. Пересечение многогранников проецирующей плоскостью. Построение линии среза.		
	Самостоятельная работа обучающихся Пересечение тел вращения проецирующей плоскостью. Построение линии среза. Графическая работа «Пересечение проецирующей плоскостью многогранника и тел вращения. Построение линии среза». Выполнение развертки и макета пирамиды.		6	
Тема 4.13. Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух тел.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Практическая работа. Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух многогранников.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Построение линии взаимного пересечения поверхностей многогранника и тела вращения. Выполнение развертки и макета конуса. Построение линии взаимного пересечения двух тел вращения. Выполнение развертки и макета цилиндра.		6	
Раздел 5. Шрифтоведение			**15**	
Тема 5.1. **Структурные элементы шрифта и надписи. Построение букв по модульной сетке**	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Выбор плакатных перьев. Правила работы пером. Упражнение - “Орнамент” Выполнение алфавита гротеском.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение различных вариантов гротеска. Выполнение алфавита брускового шрифта. Упражнение «Солнышко» Написание пером букв группы Антиква. Выполнение текста гротеском (миллиметровка А4). Упражнение по написанию круглых элементов букв. Выполнение надписи способом накладных букв.		4	
Тема 5.2. Построение и разработка шрифта.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Создание букв алфавита определенной гарнитуры по нескольким заданным	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Создание собственной оригинальной гарнитуры шрифта. Построение букв на основе квадрата. Новая Антиква. Пропорции и начертание букв. Написание пером букв группы Антиква. Упражнение «Квадрата. Рустика, Унциал». Композиция текста рукописным шрифтом.		4	
Тема 5.3. **Шрифтовые композиции.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Эскизирование шрифтовой композиции.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение в материале шрифтовой композиции. Выполнение в материале шрифтовой композиции. Праздничная открытка. Написание стихов каллиграфическим почерком. Создание букв алфавита определенной гарнитуры. Разработка шрифтовой композиции. Создание композиции афиши. Социальный плакат.		4	
Всего			**198**	
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта				
Раздел 1. Организация процесса разработки рекламного продукта.			**28**	

Тема 1.1 Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Определение творческой концепции рекламного продукта. Процесс разработки творческой концепции, выявление УТП. Вариации творческих концепций в современной рекламе: примеры известных брендов. Формы воплощения творческих концепций рекламы.	1	2
	2.	**Практическое задание** Разработка рекламной концепции для учебного заведения.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Предоставить примеры различных типов рекламных концепций для наружной, печатной, телевизионной и радиорекламы.		12	
Тема 1.2. Креатив в рекламе. Основные методы и приемы генерации творческих идей.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Креатив в рекламе. Основные методы генерации новых идей. Специфика креатива в рекламе: возможности и ограничения. Мозговой штурм.	1	2
	2.	**Практическое задание** Практическое занятие: мозговой штурм по неймингу и разработке концепции рекламной кампании для выбранного продукта.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Нахождение нестандартных и наиболее оригинальных решений по каждому виду рекламы.		12	
Раздел 2. Рекламная концепция и формирование корпоративного стиля.			**43**	
Тема 2.1. Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция.	**Содержание учебного материала**		1	2
	1.	Определение корпоративного /фирменного/ стиля. Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы /предприятия/. Задачи фирменного стиля.		
	2.	**Практическое занятие** Концептуальное решение корпоративного стиля торгового /производственного/ предприятия /фирмы/.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования. Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Основные концептуальные стилеобразующие элементы. Носители фирменного стиля. Система идентификации.Анализ фирменного стиля известных брендов		12	
Тема 2.2. Концептуальные стилеобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы	**Содержание учебного материала**			
	1.	Историография появления и развития знаковых систем. Концептуальные стилеобразующие элементы - логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов. Визуализация ассоциативного образа. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка логотипа /товарного знака, торговой марки, эмблемы фирмы или предприятия/.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся анализ элементов фирменного стиля выбранной торговой марки.		12	
Тема 2.3.	**Содержание учебного материала**		1	2

Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля.	1.	Система идентификации и фирменная папка. Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение. Принципы конструктивного построения и стилевого единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы.		
	2.	**Практическое занятие** Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного /фирменного/ стиля.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Конкурс работ по формированию элементов фирменного стиля для учебного заведения		13	
Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама.			**26**	
Тема 3.1. Информационно-графический комплекс и его направления. рекламный плакат.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Причины возникновения и характер развития информационно-графических комплексов. Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка концептуального проекта информационно - графического рекламного комплекса.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ информационно-графического комплекса рекламы для местных рекламодателей.		4	
Тема 3.2. Виды печати и печатной продукции.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Значение и роль печатной рекламной продукции. Современные виды печати /офсетная, цифровая, трафаретная, широкоформатная и др./ Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки. Виды печатной продукции. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка изобразительного рекламного плаката.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Плакат как вид печатной рекламной продукции. Классификация плакатов. Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката. Лаконичная выразительность формы и содержания. Использование фототехнологий в работе над плакатом. Анализ 5 различных экземпляров печатной рекламы.		4	
Тема 3.3. Дизайн-проект рекламного буклета.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка дизайн-проекта рекламного буклета	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Практика в сфере дизайна, изучение дизайнерских программ		12	
Раздел 4 Реклама товарной продукции.			**25**	
Тема 4.1	**Содержание учебного материала**			

Дизайн упаковки	1.	Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений. Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Разработка дизайн-проекта упаковки товара.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ дизайн-решений различных упаковок по выбранному сектор продовольственных товаров.		6	
Тема 4.2. **Дизайн-проект наружной рекламы**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы. Световая реклама и светотехника.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Проектное предложение размещения рекламы в пространстве города.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции.		4	
Тема 4.3. **Реклама на транспорте.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Особенности композиционного построения, размещаемой на транспорте.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте. Современные технологии реализации проекта. Особенности графического решения в рекламе, размещаемой на транспорте. Особенности шрифтового и колористического решений в рекламе, размещаемой на транспорте. фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте. Проектное предложение размещения рекламы на транспорте.		10	
Раздел 5 Специфика разработки теле- и -радиорекламы.			**5**	
Тема 5.1 **Процесс производства телевизионной рекламной продукции**	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Сущность рекламной телепродукции. История развития в России и за рубежом. Специфика телевизионной рекламы. Этапы процесса производства телевизионной рекламы. Креатив в телерекламе. Требования к телевизионной рекламе и действующие ограничения. просмотр рекламных работ фестиваля «Каннские львы», выбор и письменный анализ самого интересного и нестандартного решения в рекламе.		4	
Итого			**127**	

Учебная практика, в том числе в форме практической подготовки	**180**	
Виды работ Создание логотипа для заказчика. Предложения по применению выбранного логотипа в фирменном стиле. Эскизирование элементов фирменного стиля. Отработка практических навыков по созданию заголовков в рекламе. Подбор заголовков к тексту, используя 30 практических советов по их составлению. Составление рекламного слогана. Основной текст рекламного сообщения. Написание эффективного рекламного текста. Разработка вариантов композиционного решения обложки буклета для заказчика. Зачин, ОРТ, эхо-фраза. Отработка практических навыков по созданию каждого из элементов. Система отбора слов в рекламный текст. Применение ее на практике. Создание брендбука к одобренному логотипу.		
Всего	**505**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или пол руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Кабинет проектирования рекламного продукта учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - столы ученические - кресла с регулируемой высотой - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МИТУ-МАСИ - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office ,Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно -справочная система «Консультант - плюс» iTALC (Свободно распространяемое ПО), Microsoft Visio, AnyLogic(Свободно распространяемое ПО), ArgoUML(Свободно распространяемое ПО), ARIS EXPRESS(Свободно распространяемое ПО), Er\\1n(C'вободно распространяемое ПО), Inkscape (Свободно распространяемое ПО), Maxta(Свободно распространяемое ПО), Microsoft SQL Server Management Studio(Свободно распространяемое ПО), MPLAB(Свободно распространяемое ПО), Notepad++(Свободно распространяемое ПО), Oracle VM Virtual Box (Свободно распространяемое ПО), Paint .ИЕТ(Свободно распространяемое ПО), SciLab (Свободно распространяемое ПО), WinAsm (Свободно распространяемое ПО), GNS3(Свободно распространяемое ПО), DipTrace (Adobe Acrobat (Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop Adobe Premiere Pro Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	Кабинет проектирования рекламного продукта учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - столы ученические - кресла с регулируемой высотой - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МИТУ-МАСИ - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия

	Microsoft Windows, Microsoft Office,Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint 8еспгйу,Информационно -справочная система «Консультант - плюс» iTALC (Свободно распространяемое ПО), Microsoft A^ю(Сублицензионный договор №Tr000235564 от 23.08.2019 (3 year)), AnyLogic(Свободно распространяемое ПО), ArgoUML(Свободно распространяемое ПО), ARIS EXPИЕ88(Свободно распространяемое ПО), Егот(Свободно распространяемое ПО), Inkscape (Свободно распространяемое ПО), Маюта(Свободно распространяемое ПО), Microsoft SQL Server Management Stпdio(Свободно распространяемое ПО), MPLAB(Свободно распространяемое ПО), Notepad++(Свободно распространяемое ПО), Oracle VM Virtual Box (Свободно распространяемое ПО), Paint .ЯЕТ(Свободно распространяемое ПО), SciLab (Свободно распространяемое ПО), WinAsm (Свободно распространяемое ПО), GNS3(Свободно распространяемое ПО), DipTrace (Adobe Acrobat (Adobe Illustrator (Лицензионный договор №БП00148951 на передачу неисключительных прав от 8.08.2018), Adobe InDesign, Adobe Photoshop Adobe Premiere Pro Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	Лаборатория компьютерного дизайна учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - столы ученические - кресла с регулируемой высотой - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МИТУ-МАСИ - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows, Microsoft Office ,Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Secпrity,Информационно-справочная система «Консультант - плюс» iTALC (Свободно распространяемое ПО), Microsoft Visio, AnyLogic(Свободно распространяемое ПО), ArgoUML(Свободно распространяемое ПО), ARIS EXPRESS(Свободно распространяемое ПО), Ег\\1п(С'вободно распространяемое ПО), Inkscape (Свободно распространяемое ПО), Maxima(Свободно распространяемое ПО), Microsoft SQL Server Management Stпdio(Свободно распространяемое ПО), MPLAB(Свободно распространяемое ПО), Notepad++(Свободно распространяемое ПО), Oracle VM Virtual Box (Свободно распространяемое ПО), Paint .ЯЕДСвободно распространяемое ПО), SciLab (Свободно распространяемое ПО), WinAsm (Свободно распространяемое ПО), GNS3(Свободно распространяемое ПО), DipTrace Adobe Acrobat Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop Adobe Premiere Pro Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели

	информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
	Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»

4.2. Информационное обеспечение обучения
Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Художественное проектирование рекламного продукта

Основная литература

Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 c. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990

Попов, А. Д. Графический дизайн : учебное пособие / А. Д. Попов. — 3-е изд. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 157 c. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/110204

Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 c. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html

Дополнительная литература

Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 c. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112

Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742

Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 c. — ISBN 978-5-

394-03192-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83127.html

Разработка творческой концепции рекламного продукта

Основная литература

Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742

Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990

Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/75579.html

Дополнительная литература

Амирова, Н. В. Коллаж из цветной бумаги : учебно-методическое пособие / Н. В. Амирова. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 63 с. — ISBN 978-5-4487-0125-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/72344.html

Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 с. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112

Асташова, О. В. Основы теории рекламного текста : конспект лекций / О. В. Асташова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 92 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102944.html

Производственная практика (по профилю специальности)

Основная литература

Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990

Попов, А. Д. Графический дизайн : учебное пособие / А. Д. Попов. — 3-е изд. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 157 с. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/110204

Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/75579.html

Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html

Дополнительная литература

Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 с. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112
Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742
Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83127.html
Амирова, Н. В. Коллаж из цветной бумаги : учебно-методическое пособие / Н. В. Амирова. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 63 с. — ISBN 978-5-4487-0125-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/72344.html
Асташова, О. В. Основы теории рекламного текста : конспект лекций / О. В. Асташова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 92 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102944.html

Журналы:

Реклама. Теория и практика.
PR и реклама. Практические аспекты
Управление продажами
IT NEWS/НОВОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
1. Современная конкуренция М. Синергия пресс 2021 https://profspo.ru/magazines/11778
2 Стратегии бизнеса М. Реальная экономика 2021 https://profspo.ru/magazines/106278
3. Бюллетень науки и практики М. ИЦ Наука и практика 2021 https://profspo.ru/magazines/49817
4. Дисскусия М. Институт современных технологий управления 2021 https://profspo.ru/magazines/34746

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (http://www.mfua.ru/sveden/obj ects/#objects).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о

начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);

- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	- имеет представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности - создании рекламного продукта; - знает виды рекламного продукта; -знает психологию Восприятия рекламного продукта; - понимает сущность Рекламной концепции и рекламной идеи; - использует методы активации поиска идей;	интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (при выполнении дизайн- проектов)
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	-имеет представление о видах художественной графики; - знает приемы и средства Композиционной организации; - знает приемы и способы создания рекламного образа; - знает изобразительные средства рекламы; - выполняет эскизы «от руки» и с помощью компьютерных графических программ; - использует выразительные возможности шрифтового изображения; - использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта;	Экспертная оценка выполнения эскизов
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	- знает основные этапы выполнения рекламного проекта; - проводит предпроектное исследование; - разрабатывает дизайн-концепцию; - разрабатывает композиционно- пластические решения; - обосновывает идею проекта;	Экспертная оценка выполнения авторских рекламных проектов, портфолио
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- имеет представление профессиональном языке; - знает структуру рекламного текста; - знает принципы создания рекламного текста; - оставляет и оформляет тексты рекламных объявлений;	Экспертная оценка составления оформления рекламных текстов при разработке дизайн-проектов
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- знает приемы и способы создания рекламного образа; - использует различные способы при создании визуальных рекламных образов.	Экспертная оценка создания визуальных образов при разработке дизайн-проектов

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Оценка результатов самостоятельной работы
	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.	
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выби-	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.

рать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач; Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Самостоятельная работа.
ОК 5. Использовать информационно -коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ; Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ; Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля; Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. деятельности.	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Анкетирование. Собеседование. Практические работы.
	Точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ.	Анкетирование.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Аргументированность оценки информации с использованием информационно -коммуникационных технологий. Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.

Приложение 1

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
Центральное и параллельное проецирование. Виды параллельного проецирования.	Урок - презентация.
Проектное предложение размещения рекламы в пространстве города.	Коллоквиум.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Производство рекламной продукции

для специальности
42.02.01 Реклама
базовой подготовки

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта профессионального образования (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 26 июня 2014 г. № 32859

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

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

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля - является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Производство рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

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

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

1.2. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта;

построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;

подготовки к производству рекламного продукта;

производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

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 освоение программы профессионального модуля:

всего 771 ч, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 567 ч, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 378 ч;

самостоятельной работы обучающегося - 189ч;

производственной практики (по профилю специальности) - 4 недель (144 ч), в том числе в форме практической подготовки - 4 недель (144 ч).

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности производство рекламной продукции. в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	**ЛР 1**

Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	**ЛР 2**
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	**ЛР 3**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	**ЛР 4**
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	**ЛР 5**
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	**ЛР 13**
Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	**ЛР 14**
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	**ЛР 15**

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т. ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т. ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т. ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 2.1	МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	170		113	113	20	57			
ПК 2.1 -2.2	МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	115		77	77	-	38			
ПК 2. 1 -2.3	МДК.02.03. Техника и технология рекламной фотографии	141		94	94	-	47			
ПК 2.1 -2.3	МДК.02.04. Техника и технология рекламного видео	141		94	94	20	47			
ПК 2.1 -2.3	Производственная практика (по профилю специальности), часов, в том числе в форме практической подготовки	144	144							144
Всего:		711	144	378	378	40	189			144

3.2. Тематический план профессионального модуля (заочная форма обучения)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т. ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т. ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т. ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 2.1	МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	170		113	113	20	57			-
ПК 2.1 -2.2	МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	115		77	77	-	38			-
ПК 2. 1 -2.3	МДК.02.03. Техника и технология рекламной фотографии	141		94	94	-	47			-
ПК 2.1 -2.3	МДК.02.04. Техника и технология рекламного видео	141		94	94	20	47			-
ПК 2.1 -2.3	Производственная практика (по профилю специальности), часов, в том числе в форме практической подготовки	144	144							144
Всего:		711	144	378	378	40	189			144

3.3. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) (очная форма обучения)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале			**442**	
Раздел 1 Форма и содержание рекламного продукта				
Тема 1.1 Психология восприятия рекламного продукта потребителем.	**Содержание учебного материала**			2
	1.	Физиологические возможности восприятия рекламного продукта. Различия индивидуального и массового восприятия. Эффекты Миллера, Мильштейна. Зависимость Зильске. Имидж. Стереотипы в рекламе.	2	
	2.	Мотивационные характеристики аудитории. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации. Пирамида Маслоу. Проблема адекватности формы и содержания особенностям индивидуального восприятия.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Механизм воздействия рекламного образа "	4	
	Содержание учебного материала			
	1.	Понятие профилирования и принцип "двойного проектирования" рекламного продукта. Традиционное поведение, ориентированное на удовлетворение потребностей, сформированных культурой. Знак, символ, миф в рекламе. Теория Ж. Бодрийяра о взаимоотношении человека и "вещи". Понятие "Мильтон-модели".	2	2
	2.	**Практическое занятие.** Принцип "двойного проектирования" рекламного продукта	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение домашнего контрольного задания "Знак, символ, миф в рекламе"		**8**	
Тема 1.2 Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Форма, содержание и структура рекламного обращения	8	
	5.	**Практическое занятие** Разработка идей текстовых тем.	8	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение доклада на тему "Понятие рекламной концепции и рекламной идеи."		**6**	
Тема 1.3 Семиотика рекламы	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие.** Семантическая структура рекламного продукта.	4	
	2.	**Содержание учебного материала.** Фирменный стиль. Метафора и аналогия в рекламном сообщении. Семиотические модели в рекламе. Вербальная, графическая и звуковая интертекстуальность.	4	

	3.	**Практическое занятие.** Круглый стол на тему "Семиотический анализ рекламного продукта"	4	
	5.	**Практическое занятие.** Создание имени бренда и слогана.	10	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение домашнего контрольного задания "Знак, символ, миф в рекламе"		**6**	
Раздел 2 Творческий процесс разработки рекламного продукта				
Тема 2.1 Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие.** Круглый стол на тему "Создание эффективного рекламного продукта "	4	
	2.	**Практическое занятие.** Создание эффективного рекламного продукта	4	
	3.	**Практическое занятие.** Разработка фирменного стиля для торговой компании.	20	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение доклада на тему: " Творческая стратегия и ее компоненты		**6**	
Тема 2.2 Жанры рекламы.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм. Знаковые системы и технологии материальной цивилизации как наследственные признаки рекламных жанров. Жанры современной радиорекламы: прямое объявление, музыкальная заставка, жанровая сценка, оригинальное	2	2
	2.	Изобразительные жанры рекламы. Жанр вывески. Современные технологии оформления витрин. Жанрообразующие признаки рекламного плаката. Системы письменных жанров рекламы.	2	2
	3.	Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы. Жанры телевизионной рекламы. Преимущества и недостатки использования телеэфира в рекламном творчестве. Творческие технологии в создании	2	2
	4.	**Практическое занятие.** Круглый стол на тему "Изобразительные жанры рекламы. Современные технологии оформления витрин.	4	
	6.	**Практическое занятие.** Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (вывеска)	8	
	7.	**Практическое занятие.** Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (брендмауэр)	8	
	9.	**Практическое занятие.** Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (штендер)	8	
	10.	**Практическое занятие.** Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (плакаты)	8	
	11.	**Практическое занятие.** Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (афиши)	8	
	Самостоятельная работа обучающегося. Разработка элементов газетной и журнальной рекламы.		**16**	

Раздел 3. Составление рекламных текстов. Копирайтинг.				
Тема 3.1 Разработка стратегии рекламного текста.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Разработка основной идеи рекламы и цели создания качественного текста. Модель AISDA (внимание, интерес, доверие, желание, действие). Терминология рекламных текстов: заголовки, слоганы, подзаголовки, основной текст, врезы, вставки и рамки, девизы, иллюстрации, печати, логотипы и автографы.	2	2
	Содержание учебного материала			
	1.	Разработка названий для товаров - brend name. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях. Основные вербальные составляющие рекламного текст. Интралингвистические особенности рекламного текста. Фонетика рекламного текста, лексика рекламного текста, синтаксис рекламного текста, читаемость рекламного текста.	2	2
	2.	**Практическое занятие.** Разработка элементов полиграфической продукции на примере фирменных бланков.	6	
	5.	**Практическое занятие.** Разработка словесного товарного знака и его графического начертания для торговой фирмы.	6	
	8.	**Практическое занятие.** Разработка и написание рекламных текстов.	6	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение доклада на тему: "Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях"		**16**	
Тема 3.2 Копирайтинг и его основные понятия.	**Содержание учебного материала**			
	1.	История и понятие копирайтинга. Копирайтеры. Рекламные тексты и статьи. Рерайтинг. Нейминг как понятие, стоящее в одном ряду с понятиями брендинга, ребрендинга и фирменного стиля. Рекламное обращение. Некоторые виды рекламных текстов.	2	2
	2.	Орфографические, грамматические, семантические словари и использование в копирайтинге. Обеспечение эффективности рекламных текстов. Развитие копирайтингового и креативного мышления копирайтера. Функциональные обязанности копирайтера и требования к уровню его подготовки.	2	2
	3.	**Практическое занятие.** Анализ образцов рекламных продуктов печатной рекламы.	4	
	5.	**Практическое занятие.** Создание технического задания для копирайтера.	6	
	Самостоятельная работа обучающегося. Выполнение домашнего контрольного задания "Стилистика языка рекламы"		**14**	
Тема 3.3 Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Драматизированный и не драматизированный рекламный текст. Рекламирование по аналогии. Реклама - инструкция. Перечисления в рекламе. Реклама - парадокс. Реклама с минимальным текстом. Функция заключительной фразы (tag line) в рекламном тексте. Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста.	2	2
	2.	**Практическое занятие.**	8	

		Разработка элементов полиграфической продукции: рекламная листовка и рекламный буклет.		
	5.	**Практическое занятие.** Разработка элементов полиграфической продукции: бейджи и визитки.	8	
	7.	**Практическое занятие.** Составление текста и макета рекламной статьи для фирмы, выпускающей косметику.	6	
	10.	**Практическое занятие.** Разработка рекламного буклета, проспекта специальности.	6	
	Самостоятельная работа обучающегося. Выполнение домашнего контрольного задания "Композиция рекламного сообщения "		**14**	
Раздел 4 Художественное о(	**юрмление, дизайн и редактирование в рекламе. Рекламный креатив**			
Тема 4.1 **Художественное редакти-рование в рекламе.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие**. Круглый стол на тему " Художественный дизайн в рекламе."	4	
	2.	**Практическое занятие.** Разработка элементов имиджево-информационной рекламной продукции, оформление компакт-диска.	6	
	Самостоятельная работа обучающегося. Выполнение домашнего контрольного задания «Художественный дизайн в рекламе»		**8**	
Тема 4.2 Художественный образ в создании рекламного объявления.	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие**. Круглый стол на тему "Выбор наиболее эффективных видов композиции."	6	
	2.	**Практическое занятие.** Разработка элементов современной радиорекламы: жанровая сценка.	6	
	4.	**Практическое занятие.** Разработка элементов современной радиорекламы: оригинальное представление.	6	
	Самостоятельная работа обучающегося. Разработка композиции рекламного продукта, цветовое решение, освещение, перспектива.		**15**	
Раздел 5 Творческое производство и технологии разработки рекламного продукта				
Тема 5.1 **Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации.**	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие.** Разработка элементов интерьерной печати на различных видах баннерной ткани.	8	
	3.	**Практическое занятие.** Разработка элементов текстильной сувенирной продукции.	8	
	Самостоятельная работа обучающегося. Анализ и оценка художественного оформления в образцах рекламных продуктов.		**10**	
Тема 5.2 **Творческое производство рекламного продукта в электронных**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Разработка концепции. Типы телерекламы. Техника производства телерекламы. Анимация. Живое действие. Специальные эффекты. Процесс производства.	2	2

средствах массовой информации.	2.	Подготовительный этап. Производственный этап. Завершающий этап. Кино и видео. Затраты. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Типы радиорекламы.	2	2
	3.	**Практическое занятие.** Разработка концепции кинорекламы.	4	
	5.	**Практическое занятие.** Разработка элементов современной радиорекламы: прямое объявление, музыкальная заставка.	8	
	7.	**Практическое занятие.** Разработка элементов современной радиорекламы: жанровая сценка, оригинальное представление.	8	
	9.	**Практическое занятие.** Производство рекламного продукта для сети Интернет	11	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка к экзамену		**12**	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)			**20**	
Тематика тем курсовых работ (проектов) Особенности разработки и производства полиграфической продукции, требующей после печатной обработки и сборки (блокнот, конверт). Особенности и сферы применения широкоформатной печати на различных видах баннерной ткани. Особенности разработки и производства полиграфической продукции на примере фирменных бланков. Особенности разработки и производства текстильной сувенирной продукции. Особенности проектирования и производства полиграфической продукции на примере бейджей. Особенности разработки и производства имиджево-информационной рекламной продукции (оформление компакт-диска) Особенности проектирования и производства полиграфической продукции, требующей после печатной обработки, на примере папки для документов. Особенности проектирования и производства полиграфической продукции на примере афиши для мероприятия. Разработка и технология производства рекламного буклета. Приемы повышения читаемости рекламного текста. Разработка и технология производства рекламного баннера. Создание рекламного слогана. Разработка и технология создания рекламной листовки. Методы разработки рекламного аудиоролика. Разработка и технология производства сувенирной рекламы. Технология производства рекламной статьи. Функция заключительной фразы в рекламном тексте. Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета. Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст). Разработка и технология производства рекламной афиши. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе. Особенности технологии производства аудиоролика. Особенности технологии монтажа транзитной рекламы. Особенности технологии печати транзитной рекламы.				

Особенности технологии монтажа наружной рекламы. Разработка и технология производства дисконтных карт. Разработка слогана.				
Всего			**442**	
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа			**443**	
Раздел 1. Использование компьютерных технологий при создании печатного рекламного продукта				
Тема 1.1 Основы компьютерной графики	**Содержание учебного материала**			
	1.	Предмет и задачи курса. История компьютерной графики. Направления и области приложения компьютерной графики.	2	
	2.	Знакомство с различными сферами применения методов и средств компьютерной графики в современном обществе. Основные виды компьютерной графики	2	
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Научная графика, деловая графика, конструкторская графика, иллюстративная графика, художественная и рекламная графика"	2	
	4.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных текстов. Основы работы в текстовом редакторе.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему "Основные виды компьютерной графики"		**9**	
Тема 1.2 Представление графических данных	**Содержание учебного материала**			
	1.	Форматы файлов для хранения изображений. Файлы растровых изображений. Файлы векторных изображений. Использование универсальных форматов для хранения изображений.	2	
	2.	Необходимая конфигурация компьютера. Популярные графические программы.	2	
	3.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Основы работы в Corel DRAW	2	
	4.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Построение сложных объектов в Corel DRAW.	2	
	5.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Интерактивное перетекание. Имитация объема в Corel DRAW.	2	
	6.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Имитация объема в Corel DRAW.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему "Популярные графические программы"		**8**	
Тема 1.3.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Аналоговый и цифровой звук и аппаратное обеспечение для создания, записи, копирования звука. Разрядность цифрового звука и ее влияние на качество цифрового звука.	2	

Основы работы со звуком в современных компьютерах.	2.	Устройства ввода-вывода звукового сигнала. Захват цифрового звука. Особенности технических характеристик микрофона.	2	
	3.	Способы устранения помех при записи. Технологии распознавания речи.	2	
	4.	**Практическое занятие** Многоканальная обработка звука в Adobe Audition.	8	
	Самостоятельная работа обучающегося Смонтировать композицию в Adobe Audition		**8**	
Тема 1.4. **Основы работы с изображением в современных компьютерах**	**Содержание учебного материала**			
	1.	Аналоговый и цифровой видеосигналы. Системные требования для цифровой обработки видеосигнала и сохранения видеоинформации. Аналоговый и цифровой видеосигналы. Аппаратное обеспечение для записи цифрового видео. Разрядность цифрового звука и ее влияние на качество цифрового звука. Копирование цифрового потока из цифровой видеокамеры. Запись цифрового видео на жесткий диск.	2	
	2.	Системные требования для цифровой обработки видеосигнала и сохранения видеоинформации. Аппаратное обеспечение для записи цифрового видео. Разрядность цифрового звука и ее влияние на качество цифрового звука.	2	
	3.	Копирование цифрового потока из цифровой видеокамеры. Запись цифрового видео на жесткий диск.	2	
	4.	**Практическое занятие** Многоканальная обработка звука в Adobe Audition	6	
	7.	**Практическое занятие** Сведение видео и звука в Adobe Premier. Создание полноценного ролика.	6	
	Самостоятельная работа обучающегося Смонтировать композицию в Adobe Audition. Создание рекламного ролика в Adobe Premier по производно выбранной продукции.		**8**	
Тема 1.5. Растровая и векторная графика	**Содержание учебного материала**			
	1.	Понятие разрешения. Линиатура. Методы растрирования. Оценка качества растровых изображений. Интенсивность тона. Динамический диапазон. Линия как элементарный объект векторной графики. Свойства линий и узлов. Способы представления векторных объектов. Кривые Безье. Инструментальный ящик (Tool box). Настройки программы под пользователя. Навыки применения инструментария и координационных средств управления рабочим файлом.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Обработка растровых изображений в Corel DRAW Интерактивный объем, интерактивное искажение.	2	
	3.	**Практическое занятие** Создание элементарных изображений в программе PhotoShop (CS5)	2	
	4.	**Практическое занятие** Редактирование изображений в программе PhotoShop (CS5)	6	
	7.	**Практическое занятие** Верстка файлов в программе PhotoShop (CS5)	6	
	10.	**Практическое занятие**	2	

		Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Практические приемы работы в Adobe Photoshop.		
	11.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Создание растровых изображений в Adobe PhotoShop.	2	
	12.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных текстов. Текст в программе Adobe Photoshop.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему " Способы представления векторных объектов"		**10**	
Тема 1.6 Свет и цвет в компьютерной графике	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Физические принципы формирования оттенков.	2	
	2.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Цветовая палитра. Системы управления цветом.	2	
	3.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Цветовое пространство. Колометрическая система.	2	
	4.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Цветовые модели CIE Lab, RGB, HSB, CMYK.	2	
	5.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Обтекание графики текстом, размещение изображения	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Разработка элементов полиграфической продукции на примере фирменных бланков.		**2**	
Раздел 2 Аппаратное и программное обеспечение			**2**	
Тема 2.1 Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта	**Содержание учебного материала**			
	1.	Печатающие устройства. Сканеры. Ризографы. Плотеры. Фотонаборные аппараты. для создания печатного Цифровые камеры. Программные средства создания растровых изображений. Редактирование контуров, заливок, композиционных отношений изображения. Создание природных форм. Работа с группами объектов. Композиция. Работа со слоями. Глобальное управление объектами. Натюрморт по воображению. Работа с текстом. Создание собственной графики букв.	2	2
	2.	Программные средства создания векторных изображений. Программы-трассировщики (векторизаторы). Пакеты программ КГ компаний Adobe и Corel. Главное меню. Варианты видов просмотра изображения. Инструменты рисования контурных объектов. Инструменты линейной графики. Инструменты заливки. Настройка рисующих инструментов.	2	2
	3.	**Практическое занятие**	4	

		Создание изображений в программе Adobe Illustrator (CS5)		
	5.	**Практическое занятие** Редактирование изображений в программе Adobe Illustrator (CS5)	4	
	6.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики. Компьютерная верстка газеты.	6	
	9.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики. Создание рекламного буклета специальности.	4	
	10.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики. Создание рекламного проспекта специальности.	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка реферата на тему "Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта"		**20**	
Тема 2.2 Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации	**Содержание учебного материала**		**82**	
	1.	Цифровые фото и видеокамеры. Декодеры. Микшерские пульты. Звукозаписывающая аппаратура. Программные средства создания и обработки трехмерной графики на ПК. Профессиональные программные средства для создания и обработки компьютерной анимации и видео. Форматы файлов компьютерной анимации. Форматы устройства регистрации.	2	
	2.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Анимация в программе Adobe Photoshop	4	
	3.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Сложный монтаж в программе Adobe Photoshop	4	
	4.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Трехмерное моделирование	4	
	5.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Трехмерное моделирование	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка реферата на тему "Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации"		**20**	
Тема 2.3 Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного	**Содержание учебного материала**			
	1.	Понятие электронной презентации. Мультимедийность электронных презентаций. Слайды. Этапы разработки электронных презентаций. Способы представления презентаций. Современные программы подготовки электронных презентаций (MS Power Point, Macromedia Director, Hyper Method, Corel Presentations, Flash-среды).	2	

продукта	2.	Использование гиперссылок при проектировании системы навигации в презентациях MS Power Point. Использование шаблонов в MS Power Point.	2	
	3.	Настройки анимации в MS Power Point. Комбинирование эффектов. Упорядочение эффектов на «монтажном столе».	2	
	4.	**Практическое занятие** Создание простейшей презентации в MS Power Point. Навигация в презентациях MS Power Point. Использование шаблонов в MS Power Point	4	
	5.	**Практическое занятие** Управление показом презентации в MS Power Point. Настройки анимации в MS Power Point.	4	
	6.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. История и основные возможности мультимедиа технологии.	4	
	7.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Современные способы организации презентаций.	4	
	8.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Презентационное оформление рекламного проекта средствами MS Power Point.	4	
Тема 2.4. Редактор Macromedia Flash. Использование графики. Объекты в Macromedia Flash.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Основные сведения о среде Macromedia Flash. Базовые средства управления цветом. Простейшие операции рисования. Использование форм. Трансформация графики. Работа со слоями. Работа с текстом. Импорт графики.	2	
	2.	Понятие объекта в Macromedia Flash. Назначение и типы объектов. Создание эталона. Понятие библиотеки. Свойства импортированных объектов. Графический объект и клип. Кнопка и пункт меню	2	
	3.	**Практическое занятие** Графические примитивы в Macromedia Flash. Использование форм и редактирование графики в Macromedia Flash. Редактирование текста в Macromedia Flash. Работа с цветом и импортирование в Macromedia Flash. Группировка, трассировка и использование слоев в Macromedia Flash.	4	
	5.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Видеоконференция как мультимедийная технология	4	
	6.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Введение во Flash. Основные понятия Flash.	4	
	7.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Инструменты рисования Flash	4	
	8.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Анимация во Flash	4	

	9.	**Практическое занятие** Создание анимации в Macromedia Flash	6	
	12.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Маскирование во Flash	4	
	13.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. «Клип» во Flash.	4	
	14.	**Практическое занятие** Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. «Кнопка» во Flash	4	
	15.	**Практическое занятие** Публикация и экспорт файла в Macromedia Flash	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Презентационное оформление рекламного проекта специальностей колледжа средствами MS Power Point Презентационное оформление рекламного проекта своей специальности средствами MS Power Point		**18**	
Раздел 3 Технологии создания Интернет-рекламы				
Тема 3.1 Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта	**Содержание учебного материала**			
	1.	Начальные сведения о Интернет. Процедура подключения к Интернет. Типы графических элементов Web- страниц. Описание графических элементов в формате HTML. Электронная почта. Сетевые новости. FTP - передача файлов. IP-телефония. Электронная коммерция.	2	2
	2.	Локальные и глобальные компьютерные сети, сетевые технологии обработки информации. Виды компьютерных сетей. Адресация и протоколы передачи информации. Доменная система имен. Провайдеры Поисковые серверы.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Система адресации в компьютерных сетях. Настройка сетевого соединения. Поисковые системы в Интернет. Работа с электронной почтой.	4	
	4.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Сайт во Flash.	4	
	5.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Обработка звука.	4	
	6.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Введение в разработку Web-сайтов.	4	
	7.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Форматирование текста Web-страниц.	4	
	8.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Блочные элементы.	4	
	9.	**Практическое занятие**	4	

		Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Использование изображений на сайтах.		
	10.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Использование таблиц Web-страниц.	4	
	11.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Позиционирование. Создание меню.	4	
	12.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Формирование форм	4	
	13.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Использование аудио и видео информации на сайтах	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Создание HTML документа, его форматирование. Редактирование HTML документа.		**23**	
Тема 3.2 Основы проектирования Web-страниц	**Содержание учебного материала**			
	1.	Виды компьютерных сетей. Адресация и протоколы передачи информации. Доменная система имен. Провайдеры Интернет. Процедура подключения к Интернет. Поисковые серверы. Электронная почта.	4	2
	2.	Основы создания электронных страниц. Язык гипертекстовой разметки HTML. Понятие Браузера. Основные теги HTML. Структура простейшей HTML-страницы. Теги управления шрифтом	4	2
	3.	Назначение и интерфейс программы MS FrontPage. Вставка WEB-компонентов. Использование шаблонов. Процедура создания и регистрации сайтов на домене narod.ru. Использование конструктора и «мастерской». Загрузка файлов на сайт. Редактирование сайта.	4	2
	4.	**Практическое занятие** Создание сложных электронных страниц в MS FrontPage. Вставка WEB-компонентов. Создание страниц и узлов с помощью шаблонов в MS FrontPage.	6	
	7.	**Практическое занятие** Создание сайта на домене narod.ru. Загрузка новых файлов на сайт и редактирование сайта.	6	
	10.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка дизайн-макета рекламного баннера.	4	
	11.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка Web-страницы.	4	
	12.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка web-сайта.	4	
	13.	**Практическое занятие**	4	

		Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка web-сайта.		
	14.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Иллюстрирование Web-страниц.	3	
	Самостоятельная работа обучающегося Подбор примеров рекламных сайтов и их анализ. Подготовка к дифференцированному зачету.		**22**	
Всего по МДК.02.02			**443**	
МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии			**243**	
Раздел 1 Техника и технические средства фотографии				
Тема 1.1 Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки	**Содержание учебного материала**			
	1.	Устройство фотоаппарата. Классификация современных фотоаппаратов, их основные технические характеристики. Фотографический объектив, его основные характеристики. Экспонометры. Осветительное оборудование. Штатив. Правила обращения с фотоаппаратом и фотопринадлежностями. Устройство фотоаппарата. Затвор. Диафрагма. Объектив. Механизм наводки на резкость. Видоискатели. Параллакс.	2	2
	2.	Классификация фотоаппаратов по размеру кадра, по способу наводки на резкость. Форматы пленок: 35 мм, рольфильм (70 мм), листовые. Дополнительное оборудование для фотосъемки, его назначение (светофильтры, бленды, насадки, тросики, штативы, пентапризмы и т.д.). Факторы, влияющие на глубину резко изображаемого пространства: фокусное расстояние объектива, значение диафрагмы и точка наводки на резкость. Влияние фокусного расстояния объектива на передачу перспективы.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Основные правила обращения с фототехникой и техника безопасности"	2	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление подбора оборудования для фотосъемки.	2	
	5.	**Практическое занятие** Разработка сценария для съемок и монтажа рекламы.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему " История возникновения фотографического процесса, сферы применения фотографии в современном обществе."		**10**	
Тема 1.2 Основы экспонометрии	**Содержание учебного материала**			
	1.	Способы определения экспозиции в зависимости от условий съемки. Автозамер экспозиции: по всему полю кадра, "точечный" замер, центровзвешенный замер, замеры с приоритетами. Способы экспокоррекции. Объект - светочувствительный материал- оптика.	2	2
	2.	Способы и средства определения правильной экспозиции. Экспозиционные параметры. Способы измерения экспозиционных параметров. Определение экспозиции исходя из световых условий съемки и чувствительности фотопленки.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Осуществление определения и замера экспозиции в соответствии с условиями съемки.	2	

	Самостоятельная работа обучающегося Разработка сценария для съемок и монтажа рекламы.		**10**	
Тема 1.3 Свет и освещение	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Характеристики освещения. Взаимодействие источников света с объектами освещения. "	2	
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Способы регулирования фотографического изображения в условиях естественного и искусственного освещения."	2	
	3.	**Практическое занятие** Осуществление подбора и установки по схеме осветительного оборудования.	2	
	4.	**Практическое занятие** Постановка света в зависимости от авторского замысла.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Работа с осветительной аппаратурой, постановка света.		**8**	
Тема 1.4 Светофильтры и оптические насадки	**Содержание учебного материала**			
	1.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Светофильтры, их типы"	2	
	2.	**Практическое занятие** Осуществление подбора и применения светофильтров в фотографии.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему "Цветные светофильтры. Эффектные светофильтры.		**4**	
Раздел 2 Технология фотог	**рафии**			
Тема 2.1	**Содержание учебного материала**			
	1.	Восприятие изображения, организация пространства кадра: точка съемки, выделение главного объекта, расположение объектов. Смысловой и изобразительный центр кадра. Понятие «композиция кадра». Высота точки съемки и понятие ракурса.	2	2
	2.	Принципы заполнения картинной плоскости. Объект и фон в кадре. Динамичность снимка. Ритмический рисунок кадра. Глубина кадра. Динамизм в фотографии. Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости. Типы знаков и их использование в фотографии.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Передача объемов, перспектива и глубина кадра.	2	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление съемки с использованием основных приемов фотокомпозиции.	2	
	5.	**Практическое занятие** Осуществление подбора приемов композиции в соответствии с замыслом.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему " Принципы заполнения картинной плоскости"		**8**	
	Содержание учебного материала			

Тема 2.2 Фотосъемка жанра	1.	Представления о жанрах искусства, жанрах в фотографии. Определение жанра. Жанровая фотография. Жанр фотоэтюда.	2	2
	2.	Техническая съемка: репродукционная съемка, макрофотография, микрофотография, астрофотография, съемка на документы.	2	3
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Выбор техники для съемки жанра"	2	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка городского пейзажа.	2	
	5.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка пейзажа, панорама.	2	
	6.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка пейзажа по индивидуальным заданиям.	2	
	7.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Особые условия съемки в неблагоприятных условиях.	2	
	8.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка архитектуры.	2	
	9.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка интерьера.	2	
	10.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка натюрморта по индивидуальным заданиям.	2	
	11.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Выразительные средства при съемке портрета: пластическая выразительность, четкость и цельность силуэта, передача объема и формы"	2	
	12.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка модели с характерными жестами и позами.	2	
	13.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Способы визуального исправление	4	
	14.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка портрета при естественном	4	
	15.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Потрет в низком ключе.	4	
	16.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Потрет в высоком ключе.	4	
	17.	**Практическое занятие**	4	

		Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Портретная съемка по созданию заданного образа.		
	18.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка движения.	4	
	19.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Приемы съемки спорта.	4	
	20.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Приемы съемки животных	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему "Реальность запечатленных событий, наиболее выразительные моменты"		**10**	
Тема 2.3 Комбинированные съемки	**Содержание учебного материала**			
	1.	Приемы комбинированной съемки. Съемка с зеркалом. Съемка с изменением наклона фотоаппарата. Прием двойного экспонирования кадра. Совмещение разномасштабных объектов	2	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. «Фантастическая» фотография.	4	
	3.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Комбинированная съемка различными приемами.	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Разработка сценария для комбинированной съемки.		**6**	
Тема 2.4 Фоторепортаж и фоторепродукция	**Содержание учебного материала**			
	1.	Требования к репортажному снимку. Требования к фотографу. Приемы репортажной съемки. Этика фо-	2	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Приемы репортажной съемки. Съемка репортажа по индивидуальным заданиям.	4	
	3.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Репродукционная съемка.	4	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Макросъемка.	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Разработка сценария для съемки репортажа.		**6**	
Тема 2.5. Фоторепродукция.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Техническое оснащение и особенности репродукционной фотосъемки. Тональные проблемы и способы их решения.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Проанализировать особенности макросъемки	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Рассмотреть работы авторов макросъемки		**6**	
Раздел 3 Цифровая фотография				

Тема 3.1 Цветоделение и цветовоспроизведение	**Содержание учебного материала**			
	1.	Характеристики света и цвета. Восприятие цветов, смешение цветов, гармония цвета. Монохроматический цвет и доминирующий цвет, цветовые акценты. Физическое, оптическое и эмоциональное воздействие цвета.	1	
	2.	Определение цветовой температуры. Цветовые модели (RGB, CMY, CMYK) и цветовые системы (HSV, XYZ, Lab).	1	
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Физическое, оптическое и эмоциональное воздействие цвета". Осуществление подбора цвета для гармоничной композиции	4	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Использование цвета для усиления рекламных снимков.	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему "Композиционные характеристики цвета. "		**6**	
Тема 3.2 Особенности съемки цветной и черно-белой фотографии	**Содержание учебного материала**			
	1.	Характеристики света и цвета. Восприятие цветов, смешение цветов, гармония цвета. Монохроматический цвет и доминирующий цвет, цветовые акценты. Цветовая температура различных источников света. Сбалансированность цветных материалов. Конверсионные и корректирующие светофильтры.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Баланс белого при съемке на цифровой фотоаппарат.	4	
	3.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Применение дополнительного оборудования для корректировки цвета. Создание гармоничных цветных композиций	4	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему " Меняющееся освещение, приемы использования."		**2**	
Тема 3.3. Основы цифровой обработки фотоизображения и вывода их на печать	**Содержание учебного материала**			
	1.	Цветовой баланс и разбалансировка. Необходимость коррекции цвета. Возможности цифровой цветокоррекции. Проблемы несоответствия цвета на цифровой камере, мониторе компьютера цвету готового отпечатка. Методы устранения этого несоответствия.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Обработка цифровой фотографии	4	
	3.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Компьютерный монтаж.	4	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Разработка авторского проекта. Съемка по авторскому проекту.	4	
	5.	**Практическое занятие**	4	

		Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Работа над авторским проектом. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Печать цифровой фотографии на принтере.		
	Самостоятельная работа обучающегося Анализ авторских проектов. Подготовка к дифференцированному зачету.		**5**	
Всего по МДК.02.03.			**243**	
МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео			**204**	
Раздел 1 Кино и телевидение - виды экранного пространственно-временного искусства				
Тема 1.1 Кино и телевидение	**Содержание учебного материала**			
	1.	История возникновения кино и телевидения, этапы становления кинематографа и телевидения как системы экранного искусства. Поиск выразительных средств на пути от немого кино к звуковому кинематографу. Виды экранного искусства, его основные законы, природа и сущность экранной зрелищности.	1	2
	2.	Кино, его технические и художественные возможности. Принципы телевизионного сигнала и возможности передачи его зрителю. Телевидение как вид искусства: телевизионный фильм, информация и реклама. ТВ организации, виды видеостудий. Места съемок. Виды экранного искусства, его основные законы, природа и сущность экранной зрелищности. Кино, его технические и художественные возможности.	1	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "История возникновения и развития кино и телевидения".	2	
	4.	**Практическое занятие** Методы производства кинофильма.	2	
	5.	**Практическое занятие** ТВ студия: оборудование, аппаратные, съемочная группа.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему "Этапы становления кинематографа: от немого кино к звуковому кинематографу и телевидению "		**4**	
Тема 1.2 История телевизионного ролика, функции рекламного ролика	**Содержание учебного материала**			
	1.	История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской ТВ рекламы. Фестивали ТВ рекламы, формы их проведения. Функции телевизионного рекламного продукта.	2	2
	2.	История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской рекламы. Фестивали ТВ рекламы и формы их проведения. Функции телевизионной рекламы продукта	2	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Рекламный ролик как новый формат телевизионного фильма, пути и особенности его развития ".	2	
	4.	**Практическое занятие** Анализ и рецензирование просмотренных видеоматериалов.	2	
	5.	**Практическое занятие** Разработка сценария для съемок рекламного ролика.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося		**4**	

	Подготовка доклада на тему " Функции телевизионной рекламы продукта. "			
Тема 1.3 Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции	**Содержание учебного материала**			
	1.	Жанровые особенности телевизионной рекламы. Рекламная история как основа рекламной продукции. Российские и зарубежные рекламные агентства.	1	2
	2.	Формы и специфика производства и проката телевизионной рекламы. Убеждающее изображение, его влияние на зрительскую аудиторию. Прокат ТВ рекламы.	1	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Рекламная история как основа рекламной продукции".	2	
	4.	**Практическое занятие** Создание убеждающего изображения, при разработке сценария телевизионной рекламы.	2	
	5.	**Практическое занятие** Создание рекламной истории, при разработке сценария телевизионной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему " Жанровые особенности ТВ рекламы		**4**	
Раздел 2 Технические средства видеосъемки				
Тема 2.1 Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения	**Содержание учебного материала**			
	1.	Съемочный аппарат как основной изобразительный инструмент экрана, история его совершенствования от люмьеровского синематографа до современного видеокамкордера.	1	
	2.	Фотокамера и видеокамера, признаки их сходства и различия. Особенности устройства различных видеокамер, характеристики и свойства объектива съемочного аппарата, предопределяющие изобразительную зрелищность и выразительность кадра. Телевизионное и кино изображения. Видеосигнал, передача цвета.	1	
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Магия пленки и цифры".	2	
	4.	**Практическое занятие** Изучение особенностей устройства различных видеокамер, характеристик и свойств объектива, съемочного аппарата.	2	
	5.	**Практическое занятие** Выбор съемочной аппаратуры.	2	
	6.	**Практическое занятие** Использование съемочной аппаратуры в соответствии с поставленной задачей.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему " Видеосигнал, передача цвета"		**4**	
Тема 2.2 Съемка статичной и движущейся камерами.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план». Движение камеры: панорама наблюдения, сопровождение, «тревелинг». Приемы «наезд» (укрупнение) и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Движение камеры: панорама наблюдения, сопровождение, «тревелинг», приемы «наезд» и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы".	2	

	3.	**Практическое занятие** Осуществление различных операторских приемов в процессе видеосъемки. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта со штатива.	2	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта с рук. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта блуждающей камерой. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта «крупным планом».	2	
	5.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки панорамы изображений для производства рекламного продукта. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта. Приемы наезд и отъезд.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка доклада на тему " Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами"		**4**	
Тема 2.3 Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика.	**Содержание учебного материала**			
	1.	Большая и малая глубины резкости. Изобразительные особенности. Фокусировка, искажение перспективы, качество масштабирования. Экспозиция.	1	2
	2.	Фокусные расстояния, диафрагма, глубина изображаемого пространства. Изобразительные особенности съемки объективами с различными фокусными расстояниями. Основные отличительные особенности дискретной оптики и объектива с переменным фокусным расстоянием.	1	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Фокус, искажение перспективы. Масштабность, экспозиция".	2	
	4.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Фокусное расстояние, диафрагма, глубина резкости".	2	
	5.	**Практическое занятие** Использование творческих возможностей дискретной оптики, трансфокатора при решении творческих задач. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта. Настройка глубины резкости. Осуществление видеосъемки изображений объективами с различными фокусными расстояниями.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение основных отличительных особенностей дискретной оптики и объектива с переменным фокусным расстоянием.		**4**	
Тема 2.4. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы	**Содержание учебного материала**			
	1.	Цели и задачи освещения. Эффекты и состояние освещения. Интенсивность и направление света. Освещение как средство трактовки образа. Свет, тень и цвет как выразительные средства. Свет и тень, передача цвета и смешение цветов.	2	2
	2.	Физические свойства света - освещенность, яркость, светлота, цветовой фон, спектральный состав света. Отражательная способность физических тел. Цветовая температура источников света. Ключевая яркость. Визуальный и экспонометрический контроль; «серая» шкала. Свето- и цветочувствительность носителей.	2	2

	3.	Светофильтры и их свойства. Экспонометрический режим, функция «баланс белого». Интервал яркостей объекта съемок. Осветительное оборудование, его устройство, приемы работы с ним, техника безопасности при использовании осветительного оборудования.	2	2
	4.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Осветительное оборудование, его устройство, приемы работы с ним, техника безопасности при использовании осветительного оборудования"	2	
	5.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта. Визуальный и экспонометрический контроль яркости света	2	
	6.	**Практическое занятие** Использование различных типов фильтров и осветительной аппаратуры при съемке сюжетов. Осуществление работы с осветительным оборудованием.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение эффектов и состояния освещения, интенсивности и направления света.		**4**	
Тема 2.5. Естественный и искусственный свет. Экспонометрия	**Содержание учебного материала**			
	1.	Освещение людей, объектов, съемочной площадки. Источники света, цветной свет. Особенности съемки при искусственном освещении. Особенности съемки при естественном свете, эффекты освещения.	2	2
	2.	Распределение и направление света, его интенсивность. Освещение поверхностей, выработка фактур.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Особенности съемки при искусственном освещении". Круглый стол на тему "Особенности съемки при естественном свете, эффекты освещения".	2	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Распределение и направление света, его интенсивность. Использование эффектов освещения при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта.	2	
	5.	**Практическое занятие** Создание атмосферы освещением при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Импровизация в освещении.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение освещения людей, объектов, съемочной площадки.		**4**	
Раздел 3. Технологии рекламного видео				
Тема 3.1 Разработка рекламного ролика	**Содержание учебного материала**			
	1.	Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно - визуальной символизации. Территория товара.	2	2
	2.	Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета, «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике.	2	2
	3.	**Практическое занятие**	2	

		Круглый стол на тему " Драматургия рекламного ролика". Изучение социальной аудитории при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта		
	Самостоятельная работа обучающегося Разработка учебного рекламного сюжета		**6**	
Тема 3.2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса	**Содержание учебного материала**			
	1.	Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов; отбор натуры, организация оформления съемочного пространства; подбор актеров; фото- и видео пробы. Производственные цеха, кинопрофессии. Съёмочная площадка. Взаимодействие режиссера, съёмочной группы и персонала студии. Работа актера в кадре.	2	2
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему" Съемочная площадка: взаимодействие режиссера, съемочной группы и персонала студии".	2	
	3.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Организация и оформление съемочного производства. Видео и фото пробы.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов.		**4**	
Тема 3.3. Фотосъемка портрета.	**Содержание учебного материала**			
		Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно - визуальной символизации. Территория товара. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета, «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике.	2	2
Тема 3.4 Съемочный процесс	**Содержание учебного материала**			
	1.	Основные методы съемки, принятые в фильмопроизводстве. Постановочный репортажный метод съемки. Техника и приемы съемки (многокамерный способ съемки, панорама, съемка движения и др.). Разнообразие съемочной аппаратуры, операторская техника и приспособления. Точка съемки, ракурс, движение камеры, характер движения, ритм.	2	2
	2.	Построение и композиция кадра. Стиль съемки, размер экрана, крупность планов. Стандартные съемки. Запоминание кадра. «Субъективная» обработка изображения. Значение объекта съемки. Баланс композиции изображения, влияние цвета на восприятие. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания.	2	
	3.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Постановочный и репортажный метод съемки.	2	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Техника и приемы съемки. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания.	2	
	Самостоятельная работа № 11 Изучение операторских приемов.		**6**	
	Самостоятельная работа № 12		**4**	

	«Субъективная» обработка изображения			
Тема 3.5. Видеомонтаж, кадр и монтаж	**Содержание учебного материала**			
	1.	Суть монтажа. Монтажные программы. Монтажное оборудование (мониторы, микшеры, компьютеры и др.). Понятие «кадр», кадр как единица пространства, времени и действия. Монтаж, монтажная фраза. Монтаж по направлению во времени, по ориентации в пространстве. Виды монтажа, творческие возможности. Монтажный переход.	2	2
	2.	Монтажная съемка изображения в сцене. Признаки монтажного сочетания в кадре. Монтаж по крупности планов, по направлению движения и ориентации в пространстве. Монтаж по композиции кадра, тону, цвету. Монтажный ритм в сцене. Этическая сторона монтажа.	2	2
	3.	Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм. Временной код. Прямой и черновой монтажи. Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом.	2	2
	4.	Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм. Временной код. Прямой и черновой монтажи. Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом.	2	2
	5.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом".	2	3 3
	6.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Выполнение прямого и чернового монтажа видеофильма. Применение спецэффектов, монтажных переходов.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Монтаж рекламного ролика.		**8**	
Тема 3.7. Монтажно- тонировочный период	**Содержание учебного материала**			
	1.	Режиссер и монтажер, звукорежиссер. Монтажный цех, студия озвучивания. Звуковой баланс, типы записей, обработка звука, качество звука, звуковой образ. Обработка звуковых эффектов. Фонотека. Текст. Интервью. Музыка и музыкальные эффекты, шумы. Синтетический звук. Типы записей. Звуковые дорожки. Оборудование для звукозаписи.	2	
	2.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Обработка звуковых эффектов.	2	
	3.	**Практическое занятие** Показ и анализ рекламных роликов.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение оборудования для записи.		**8**	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)			**20**	
Примерная тематика курсовых работ Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе. Художественный дизайн в рекламе. Компьютерный дизайн в рекламе. Режиссура рекламы.				

Композиция рекламного сообщения. Практические технологии фоторекламы и их основные функции. Методы конструирования упаковки. Технология и планирование печатного производства. Разработка и технология производства плаката социальной рекламы. Способы типографского набора. Подготовка рекламных материалов к печати. Основы создания телевизионной рекламы и кинорекламы. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Написание сценария радиорекламы. Производство рекламного продукта для сети Интернет. Ограничения оценки художественной стороны рекламного продукта. Разработка и технология производства рекламного календаря Социально-психологическая эффективность рекламного продукта и ее особенности. Методы создания фирменного стиля. Эффективность рекламного продукта и лояльность потребителей.		
Итого по МДК.02.04.	**204**	
Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки	**396**	
Виды работ: Создать и приложить к отчету тематическое портфолио «Наружная реклама в городе», в виде фотоподборки Разработать серию рекламных плакатов для РА, в котором студент проходит практику. Количество макетов - не менее 3 Подготовить макет рекламного сувенира (по выбору) Оформить характеристики полиграфического оборудования и используемых материалов Разработать 20-моделии, подготовить файлы 20-модели изделия для его дальнейшего изготовления на станке для лазерной резки в фабрике- лаборатории СГТУ. Выполнить ретушь старого фото. Создать рекламную листовку товара или услуги, содержащую логотип компании, рекламные фотографии и информацию о товаре или услуге, в формате А3. Создание предметной рекламной фотографии для каталога Создание портрета для использования в рекламных целях Осуществить съемку пейзажа Осуществить съемку интерьера Написать сценарий рекламного ролика на 5 минут Провести видеосъемку рекламного ролика на 5 минут Осуществить монтаж рекламного ролика		
Всего	**1728**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или пол руководством);
3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3.4. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) (заочная форма обучения)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале		**442**	
Раздел 1 Форма и содержание рекламного продукта		**83**	
Тема 1.1 Психология восприятия рекламного продукта потребителем.	**Содержание учебного материала**	**16**	2
	1. Физиологические возможности восприятия рекламного продукта. Различия индивидуального и массового восприятия. Эффекты Миллера, Мильштейна. Зависимость Зильске. Имидж. Стереотипы в рекламе.	2	
	2. Мотивационные характеристики аудитории. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации. Пирамида Маслоу. Проблема адекватности формы и содержания особенностям индивидуального восприятия.	2	2
	3. **Практическое занятие** Круглый стол на тему "Механизм воздействия рекламного образа "	1	
	4. Понятие профилирования и принцип "двойного проектирования" рекламного продукта. Традиционное поведение, ориентированное на удовлетворение потребностей, сформированных культурой. Знак, символ, миф в рекламе. Теория Ж. Бодрийяра о взаимоотношении человека и "вещи". Понятие "Мильтон-модели".	2	2
	5. **Практическое занятие.** Принцип "двойного проектирования" рекламного продукта	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение домашнего контрольного задания "Знак, символ, миф в рекламе"	8	
Тема 1.2 Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта	**Содержание учебного материала**	**27**	
	1. **Практическое занятие** Форма, содержание и структура рекламного обращения	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Разработка идей текстовых тем. Выполнение доклада на тему "Понятие рекламной концепции и рекламной идеи."	26	
Тема 1.3 Семиотика рекламы	**Содержание учебного материала**	**40**	
	1. **Практическое занятие.** Семантическая структура рекламного продукта.	1	
	2. **Содержание учебного материала.** Фирменный стиль. Метафора и аналогия в рекламном сообщении. Семиотические модели в рекламе. Вербальная, графическая и звуковая интертекстуальность.	2	
	3. **Практическое занятие.**	1	

		| Круглый стол на тему "Семиотический анализ рекламного продукта"		
	Самостоятельная работа обучающегося Создание имени бренда и слогана. Выполнение домашнего контрольного задания "Знак, символ, миф в рекламе"		36	
Раздел 2 Творческий процесс разработки рекламного продукта			**97**	
Тема 2.1 Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе.	**Содержание учебного материала**		47	
	1.	**Практическое занятие.** Круглый стол на тему "Создание эффективного рекламного продукта "	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Создание эффективного рекламного продукта Разработка фирменного стиля для торговой компании. Выполнение доклада на тему: " Творческая стратегия и ее компоненты		46	
Тема 2.2 Жанры рекламы.	**Содержание учебного материала**		**50**	
	1.	Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм. Знаковые системы и технологии материальной цивилизации как наследственные признаки рекламных жанров. Жанры современной радиорекламы: прямое объявление, музыкальная заставка, жанровая сценка, оригинальное представление.	1	2
	2.	Изобразительные жанры рекламы. Жанр вывески. Современные технологии оформления витрин. Жанрообразующие признаки рекламного плаката. Системы письменных жанров рекламы.	1	2
	3.	Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы. Жанры телевизионной рекламы. Преимущества и недостатки использования телеэфира в рекламном творчестве. Творческие технологии в создании рекламных роликов. Анимация, живое действие, специальные эффекты.	1	2
	4.	**Практическое занятие.** Круглый стол на тему "Изобразительные жанры рекламы. Современные технологии оформления витрин.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося. Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (вывеска) Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (брендмауэр) Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (штендер) Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (плакаты) Разработка дизайн-проекта наружной рекламы (афиши) Разработка элементов газетной и журнальной рекламы.		**46**	
Раздел 3. Составление рекламных текстов. Копирайтинг.			**121**	
Тема 3.1 Разработка стратегии рекламного текста.	**Содержание учебного материала**		49	
	1.	Разработка основной идеи рекламы и цели создания качественного текста. Модель AISDA (внимание, интерес, доверие, желание, действие). Терминология рекламных текстов: заголовки, слоганы, подзаголовки, основной текст, врезы, вставки и рамки, девизы, иллюстрации, печати, логотипы и автографы.	1	2

	2.	Разработка названий для товаров - brend name. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях. Основные вербальные составляющие рекламного текст. Интралингвистические особенности рекламного текста. Фонетика рекламного текста, лексика рекламного текста, синтаксис рекламного текста, читаемость рекламного текста.	1	2
	3.	**Практическое занятие.** Разработка элементов полиграфической продукции на примере фирменных бланков.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение доклада на тему: "Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях" Разработка и написание рекламных текстов. Разработка словесного товарного знака и его графического начертания для торговой фирмы.		46	
Тема 3.2 Копирайтинг и его основные понятия.	**Содержание учебного материала**		26	
	1.	История и понятие копирайтинга. Копирайтеры. Рекламные тексты и статьи. Рерайтинг. Нейминг как понятие, стоящее в одном ряду с понятиями брендинга, ребрендинга и фирменного стиля. Рекламное обращение. Некоторые виды рекламных текстов.	1	2
	2.	Орфографические, грамматические, семантические словари и использование в копирайтинге. Обеспечение эффективности рекламных текстов. Развитие копирайтингового и креативного мышления копирайтера. Функциональные обязанности копирайтера и требования к уровню его подготовки.	1	2
	3.	**Практическое занятие.** Анализ образцов рекламных продуктов печатной рекламы.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося. Создание технического задания для копирайтера. Выполнение домашнего контрольного задания "Стилистика языка рекламы"		23	
Тема 3.3 Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.	**Содержание учебного материала**		46	
	1.	Драматизированный и не драматизированный рекламный текст. Рекламирование по аналогии. Реклама - инструкция. Перечисления в рекламе. Реклама - парадокс. Реклама с минимальным текстом. Функция заключительной фразы (tag line) в рекламном тексте. Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста.	1	2
	2.	**Практическое занятие.** Разработка элементов полиграфической продукции: рекламная листовка и рекламный буклет.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося. Разработка элементов полиграфической продукции: бейджи и визитки. Составление текста и макета рекламной статьи для фирмы, выпускающей косметику. Разработка рекламного буклета, проспекта специальности. Выполнение домашнего контрольного задания "Композиция рекламного сообщения "		44	
Раздел 4 Художественное о(	**юрмление, дизайн и редактирование в рекламе. Рекламный креатив**		**55**	
Тема 4.1	**Содержание учебного материала**		29	
	1.	**[Практическое занятие**.	1	

Художественное редактирование в рекламе.	|Круглый стол на тему " Художественный дизайн в рекламе."		
	Самостоятельная работа обучающегося. Разработка элементов имиджево-информационной рекламной продукции, оформление компакт-диска. Выполнение домашнего контрольного задания «Художественный дизайн в рекламе»	28	
Тема 4.2 Художественный образ в создании рекламного объявления.	**Содержание учебного материала**	26	
	1. **Практическое занятие**. Круглый стол на тему "Выбор наиболее эффективных видов композиции."	1	
	Самостоятельная работа обучающегося. Разработка элементов современной радиорекламы: жанровая сценка. Разработка элементов современной радиорекламы: оригинальное представление. Разработка композиции рекламного продукта, цветовое решение, освещение, перспектива.	**25**	
Раздел 5 Творческое производство и технологии разработки рекламного продукта		**66**	
Тема 5.1 Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации.	**Содержание учебного материала**	**21**	
	1. **Практическое занятие.** Разработка элементов интерьерной печати на различных видах баннерной ткани.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося. Разработка элементов текстильной сувенирной продукции. Анализ и оценка художественного оформления в образцах рекламных продуктов.	20	
Тема 5.2 Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации.	**Содержание учебного материала**	**45**	
	1. Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Разработка концепции. Типы телерекламы. Техника производства телерекламы. Анимация. Живое действие. Специальные эффекты. Процесс производства.	1	2
	2. Подготовительный этап. Производственный этап. Завершающий этап. Кино и видео. Затраты. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Типы радиорекламы.	1	2
	3. **Практическое занятие.** Разработка концепции кинорекламы.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Разработка элементов современной радиорекламы: прямое объявление, музыкальная заставка. Производство рекламного продукта для сети Интернет Разработка элементов современной радиорекламы: жанровая сценка, оригинальное представление. Подготовка к экзамену Курсовая работа	42	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)		**20**	
Тематика тем курсовых работ (проектов) Особенности разработки и производства полиграфической продукции, требующей после печатной обработки и сборки (блокнот, конверт). Особенности и сферы применения широкоформатной печати на различных видах баннерной ткани. Особенности разработки и производства полиграфической продукции на примере фирменных бланков. Особенности разработки и производства текстильной сувенирной продукции. Особенности проектирования и производства полиграфической продукции на примере бейджей.			

Особенности разработки и производства имиджево-информационной рекламной продукции (оформление компакт-диска) Особенности проектирования и производства полиграфической продукции, требующей после печатной обработки, на примере папки для документов. Особенности проектирования и производства полиграфической продукции на примере афиши для мероприятия. Разработка и технология производства рекламного буклета. Приемы повышения читаемости рекламного текста. Разработка и технология производства рекламного баннера. Создание рекламного слогана. Разработка и технология создания рекламной листовки. Методы разработки рекламного аудиоролика. Разработка и технология производства сувенирной рекламы. Технология производства рекламной статьи. Функция заключительной фразы в рекламном тексте. Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета. Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст). Разработка и технология производства рекламной афиши. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе. Особенности технологии производства аудиоролика. Особенности технологии монтажа транзитной рекламы. Особенности технологии печати транзитной рекламы. Особенности технологии монтажа наружной рекламы. Разработка и технология производства дисконтных карт. Разработка слогана.				
Всего			**442**	
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа			**443**	
Раздел 1. Использование компьютерных технологий при создании печатного рекламного продукта			**228**	
Тема 1.1 Основы компьютерной графики	**Содержание учебного материала**		**31**	
	1.	Предмет и задачи курса. История компьютерной графики. Направления и области приложения компьютерной графики.	1	
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Научная графика, деловая графика, конструкторская графика, иллюстративная графика, художественная и рекламная графика"	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Использование компьютерных технологий при создании рекламных текстов. Основы работы в текстовом редакторе. Знакомство с различными сферами применения методов и средств компьютерной графики в современном обществе. Основные виды компьютерной графики Подготовка доклада на тему "Основные виды компьютерной графики"		29	
Тема 1.2	**Содержание учебного материала**		**42**	

Представление графических данных	1.	Форматы файлов для хранения изображений. Файлы растровых изображений. Файлы векторных изображений. Использование универсальных форматов для хранения изображений.	1	
	2.	Необходимая конфигурация компьютера. Популярные графические программы.	1	
	3.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Основы работы в Corel DRAW	1	
	4.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Построение сложных объектов в Corel DRAW.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Имитация объема в Corel DRAW. Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Интерактивное перетекание. Имитация объема в Corel DRAW. Подготовка доклада на тему "Популярные графические программы"		38	
Тема 1.3. **Основы работы со звуком в современных компьютерах.**	**Содержание учебного материала**		**22**	
	1.	Аналоговый и цифровой звук и аппаратное обеспечение для создания, записи, копирования звука. Разрядность цифрового звука и ее влияние на качество цифрового звука.	1	
	2.	Устройства ввода-вывода звукового сигнала. Захват цифрового звука. Особенности технических характеристик микрофона.	1	
	3.	Способы устранения помех при записи. Технологии распознавания речи.	1	
	4.	**Практическое занятие** Многоканальная обработка звука в Adobe Audition.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Смонтировать композицию в Adobe Audition		18	
Тема 1.4. **Основы работы с изображением в современных компьютерах**	**Содержание учебного материала**		**33**	
	1.	Аналоговый и цифровой видеосигналы. Системные требования для цифровой обработки видеосигнала и сохранения видеоинформации. Аналоговый и цифровой видеосигналы. Аппаратное обеспечение для записи цифрового видео. Разрядность цифрового звука и ее влияние на качество цифрового звука. Копирование цифрового потока из цифровой видеокамеры. Запись цифрового видео на жесткий диск.	1	
	2.	Системные требования для цифровой обработки видеосигнала и сохранения видеоинформации. Аппаратное обеспечение для записи цифрового видео. Разрядность цифрового звука и ее влияние на качество цифрового звука.	1	
	3.	Копирование цифрового потока из цифровой видеокамеры. Запись цифрового видео на жесткий диск.	1	
	4.	**Практическое занятие** Многоканальная обработка звука в Adobe Audition	1	
	5.	**Практическое занятие** Сведение видео и звука в Adobe Premier. Создание полноценного ролика.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Смонтировать композицию в Adobe Audition.		28	

	Создание рекламного ролика в Adobe Premier по производно выбранной продукции.			
Тема 1.5. Растровая и векторная графика	**Содержание учебного материала**		**45**	
	1.	Понятие разрешения. Линиатура. Методы растрирования. Оценка качества растровых изображений. Интенсивность тона. Динамический диапазон. Линия как элементарный объект векторной графики. Свойства линий и узлов. Способы представления векторных объектов. Кривые Безье. Инструментальный ящик (Tool box). Настройки программы под пользователя. Навыки применения инструментария и координационных средств управления рабочим файлом.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Обработка растровых изображений в Corel DRAW Интерактивный объем, интерактивное искажение.	1	
	3.	**Практическое занятие** Создание элементарных изображений в программе PhotoShop (CS5)	1	
	4.	**Практическое занятие** Редактирование изображений в программе PhotoShop (CS5)	1	
	5.	**Практическое занятие** Верстка файлов в программе PhotoShop (CS5)	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Использование компьютерных технологий при создании рекламных текстов. Текст в программе Adobe Photoshop. Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Создание растровых изображений в Adobe PhotoShop. Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Практические приемы работы в Adobe Photoshop. Подготовка доклада на тему " Способы представления векторных объектов"		40	
Тема 1.6 Свет и цвет в компьютерной графике	**Содержание учебного материала**		**55**	
	1.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Физические принципы формирования оттенков.	1	
	2.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Цветовая палитра. Системы управления цветом.	1	
	3.	**Практическое занятие** Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Цветовое пространство. Колометрическая система.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Цветовые модели CIE Lab, RGB, HSB, CMYK. Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Обтекание графики текстом, размещение изображения		52	

		Разработка элементов полиграфической продукции на примере фирменных бланков.		
Раздел 2 Аппаратное и программное обеспечение			**111**	
Тема 2.1 Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта	**Содержание учебного материала**		**25**	
	1.	Печатающие устройства. Сканеры. Ризографы. Плотеры. Фотонаборные аппараты. для создания печатного Цифровые камеры. Программные средства создания растровых изображений. Редактирование контуров, заливок, композиционных отношений изображения. Создание природных форм. Работа с группами объектов. Композиция. Работа со слоями. Глобальное управление объектами. Натюрморт по воображению. Работа с текстом. Создание собственной графики букв.	1	2
	2.	Программные средства создания векторных изображений. Программы-трассировщики (векторизаторы). Пакеты программ КГ компаний Adobe и Corel. Главное меню. Варианты видов просмотра изображения. Инструменты рисования контурных объектов. Инструменты линейной графики. Инструменты заливки. Настройка рисующих инструментов.	1	2
	3.	**Практическое занятие** Создание изображений в программе Adobe Illustrator (CS5)	1	
	4.	**Практическое занятие** Редактирование изображений в программе Adobe Illustrator (CS5)	1	
	5.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики. Компьютерная верстка газеты.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики. Создание рекламного проспекта специальности. Подготовка реферата на тему "Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта" Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики. Создание рекламного буклета специальности.		20	
Тема 2.2 Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации	**Содержание учебного материала**		**24**	
	1.	Цифровые фото и видеокамеры. Декодеры. Микшерские пульты. Звукозаписывающая аппаратура. Программные средства создания и обработки трехмерной графики на ПК. Профессиональные программные средства для создания и обработки компьютерной анимации и видео. Форматы файлов компьютерной анимации. Форматы устройства регистрации.	1	
	2.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Анимация в программе Adobe Photoshop	1	
	3.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Сложный монтаж в программе Adobe Photoshop	1	
	4.	**Практическое занятие** Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Трехмерное моделирование	1	

	Самостоятельная работа обучающегося Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Трехмерное моделирование Подготовка реферата на тему "Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации"		20	
Тема 2.3 Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта	**Содержание учебного материала**		**3**	
	1.	Понятие электронной презентации. Мультимедийность электронных презентаций. Слайды. Этапы разработки электронных презентаций. Способы представления презентаций. Современные программы подготовки электронных презентаций (MS Power Point, Macromedia Director, Hyper Method, Corel Presentations, Flash-среды).	1	
	2.	**Практическое занятие** Создание простейшей презентации в MS Power Point. Навигация в презентациях MS Power Point. Использование шаблонов в MS Power Point	1	
	3.	**Практическое занятие** Управление показом презентации в MS Power Point. Настройки анимации в MS Power Point.	1	
Тема 2.4. Редактор Macromedia Flash. Использование графики. Объекты в Macromedia Flash.	**Содержание учебного материала**		**59**	
	1.	Основные сведения о среде Macromedia Flash. Базовые средства управления цветом. Простейшие операции рисования. Использование форм. Трансформация графики. Работа со слоями. Работа с текстом. Импорт графики.	1	
	3.	**Практическое занятие** Графические примитивы в Macromedia Flash. Использование форм и редактирование графики в Macromedia Flash. Редактирование текста в Macromedia Flash. Работа с цветом и импортирование в Macromedia Flash. Группировка, трассировка и использование слоев в Macromedia Flash.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Видеоконференция как мультимедийная технология Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Введение во Flash. Основные понятия Flash. Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Инструменты рисования Flash Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Анимация во Flash Создание анимации в Macromedia Flash Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Маскирование во Flash Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. «Клип» во Flash. Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. «Кнопка» во Flash		57	

	Использование гиперссылок при проектировании системы навигации в презентациях MS Power Point. Исполь- зование шаблонов в MS Power Point. Презентационное оформление рекламного проекта специальностей колледжа средствами MS Power Point Презентационное оформление рекламного проекта своей специальности средствами MS Power Point Понятие объекта в Macromedia Flash. Назначение и типы объектов. Создание эталона. Понятие библиотеки. Свойства импортированных объектов. Графический объект и клип. Кнопка и пункт меню Настройки анимации в MS Power Point. Комбинирование эффектов. Упорядочение эффектов на «монтажном столе». Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Презентационное оформление рекламного проекта средствами MS Power Point. Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Современные способы организации презентаций. Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. История и ос-			
Раздел 3 Технологии создания Интернет-рекламы			**104**	
Тема 3.1 Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта	**Содержание учебного материала**		**57**	
	1.	Начальные сведения о Интернет. Процедура подключения к Интернет. Типы графических элементов Web- страниц. Описание графических элементов в формате HTML. Электронная почта. Сетевые новости. FTP - передача файлов. IP-телефония. Электронная коммерция.	1	2
	2.	Локальные и глобальные компьютерные сети, сетевые технологии обработки информации. Виды компьютерных сетей. Адресация и протоколы передачи информации. Доменная система имен. Провайдеры Поисковые серверы.	1	2
	3.	**Практическое занятие** Система адресации в компьютерных сетях. Настройка сетевого соединения. Поисковые системы в Интернет. Работа с электронной почтой.	1	
	4.	**Практическое занятие** Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Обработка звука.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Сайт во Flash. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Введение в разработку Web-сайтов. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Форматирование текста Web-страниц. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Блочные элементы. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Использование изображений на сайтах. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Использование таблиц Web-страниц. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Позиционирование. Создание меню. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Формирование форм		53	

	Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Использование аудио и видео информации на сайтах Создание HTML документа, его форматирование. Редактирование HTML документа.			
Тема 3.2 Основы проектирования Web-страниц	**Содержание учебного материала**		**47**	
	1.	Виды компьютерных сетей. Адресация и протоколы передачи информации. Доменная система имен. Провайдеры Интернет. Процедура подключения к Интернет. Поисковые серверы. Электронная почта.	1	2
	2.	Основы создания электронных страниц. Язык гипертекстовой разметки HTML. Понятие Браузера. Основные теги HTML. Структура простейшей HTML-страницы. Теги управления шрифтом	1	2
	3.	Назначение и интерфейс программы MS FrontPage. Вставка WEB-компонентов. Использование шаблонов. Процедура создания и регистрации сайтов на домене narod.ru. Использование конструктора и «мастерской». Загрузка файлов на сайт. Редактирование сайта.	1	2
	4.	**Практическое занятие** Создание сложных электронных страниц в MS FrontPage. Вставка WEB-компонентов. Создание страниц и узлов с помощью шаблонов в MS FrontPage.	1	
	5.	**Практическое занятие** Создание сайта на домене narod.ru. Загрузка новых файлов на сайт и редактирование сайта.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка Web-страницы. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка дизайн-макета рекламного баннера. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка web-сайта. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка web-сайта. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Иллюстрирование Web-страниц. Подбор примеров рекламных сайтов и их анализ. Подготовка к дифференцированному зачету.		42	
Всего по МДК.02.02			**443**	
МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии			**243**	
Раздел 1 Техника и технические средства фотографии			**55**	
Тема 1.1 Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки	**Содержание учебного материала**		**16**	
	1.	Устройство фотоаппарата. Классификация современных фотоаппаратов, их основные технические характеристики. Фотографический объектив, его основные характеристики. Экспонометры. Осветительное оборудование. Штатив. Правила обращения с фотоаппаратом и фотопринадлежностями. Устройство фотоаппарата. Затвор. Диафрагма. Объектив. Механизм наводки на резкость. Видоискатели. Параллакс.	2	2
	2.	Классификация фотоаппаратов по размеру кадра, по способу наводки на резкость. Форматы пленок: 35 мм, рольфильм (70 мм), листовые. Дополнительное оборудование для фотосъемки, его назначение (светофильтры, бленды, насадки, тросики, штативы, пентапризмы и т.д.). Факторы, влияющие на глубину	2	2

		резко изображаемого пространства: фокусное расстояние объектива, значение диафрагмы и точка наводки на резкость. Влияние фокусного расстояния объектива на передачу перспективы.		
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Основные правила обращения с фототехникой и техника безопасности"	1	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление подбора оборудования для фотосъемки.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Разработка сценария для съемок и монтажа рекламы. Подготовка доклада на тему " История возникновения фотографического процесса, сферы применения фотографии в современном обществе."		10	
Тема 1.2 Основы экспонометрии	**Содержание учебного материала**		**15**	
	1.	Способы определения экспозиции в зависимости от условий съемки. Автозамер экспозиции: по всему полю кадра, "точечный" замер, центровзвешенный замер, замеры с приоритетами. Способы экспокоррекции. Объект - светочувствительный материал- оптика.	2	2
	2.	Способы и средства определения правильной экспозиции. Экспозиционные параметры. Способы измерения экспозиционных параметров. Определение экспозиции исходя из световых условий съемки и чувствительности фотопленки.	2	2
	3.	**Практическое занятие** Осуществление определения и замера экспозиции в соответствии с условиями съемки.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Разработка сценария для съемок и монтажа рекламы.		10	
Тема 1.3 Свет и освещение	**Содержание учебного материала**		9	
	1.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Характеристики освещения. Взаимодействие источников света с объектами освещения. ""Способы регулирования фотографического изображения в условиях естественного и искусственного освещения."	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление подбора и установки по схеме осветительного оборудования. Постановка света в зависимости от авторского замысла. Работа с осветительной аппаратурой, постановка света.		8	
Тема 1.4 Светофильтры и оптические насадки	**Содержание учебного материала**		15	
	1.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Светофильтры, их типы"	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление подбора и применения светофильтров в фотографии. Подготовка доклада на тему "Цветные светофильтры. Эффектные светофильтры.		14	
Раздел 2 Технология фотографии			**108**	
Тема 2.1	**Содержание учебного материала**		22	

	1.	Восприятие изображения, организация пространства кадра: точка съемки, выделение главного объекта, расположение объектов. Смысловой и изобразительный центр кадра. Понятие «композиция кадра». Высота точки съемки и понятие ракурса.	2	2
	2.	Принципы заполнения картинной плоскости. Объект и фон в кадре. Динамичность снимка. Ритмический рисунок кадра. Глубина кадра. Динамизм в фотографии. Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости. Типы знаков и их использование в фотографии.	1	2
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Передача объемов, перспектива и глубина кадра.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление съемки с использованием основных приемов фотокомпозиции. Осуществление подбора приемов композиции в соответствии с замыслом. Подготовка доклада на тему " Принципы заполнения картинной плоскости"		18	
Тема 2.2 Фотосъемка жанра	**Содержание учебного материала**		**42**	
	1.	Представления о жанрах искусства, жанрах в фотографии. Определение жанра. Жанровая фотография. Жанр фотоэтюда.	1	2
	2.	Техническая съемка: репродукционная съемка, макрофотография, микрофотография, астрофотография, съемка на документы.	1	3
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Выбор техники для съемки жанра"	1	
	4.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка городского пейзажа.	1	
	5.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка пейзажа, панорама.	1	
	6.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Выразительные средства при съемке портрета: пластическая выразительность, четкость и цельность силуэта, передача объема и формы"	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка пейзажа по индивидуальным заданиям. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Особые условия съемки в неблагоприятных условиях. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка архитектуры. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка интерьера. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка натюрморта по индивидуальным заданиям. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка модели с характерными жестами и позами. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Способы визуального исправление особенностей и недостатков внешности.		36	

	Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка портрета при естественном освещении. Портретная съемка при искусственном освещении. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Потрет в низком ключе. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Потрет в высоком ключе. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Портретная съемка по созданию заданного образа. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Съемка движения. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Приемы съемки спорта. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Приемы съемки животных Подготовка доклада на тему "Реальность запечатленных событий, наиболее выразительные моменты"			
Тема 2.3 Комбинированные съемки	**Содержание учебного материала**		18	
	1.	Приемы комбинированной съемки. Съемка с зеркалом. Съемка с изменением наклона фотоаппарата. Прием двойного экспонирования кадра. Совмещение разномасштабных объектов	1	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. «Фантастическая» фотография.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Комбинированная съемка различными приемами. Разработка сценария для комбинированной съемки.		16	
Тема 2.4 Фоторепортаж и фоторепродукция	**Содержание учебного материала**		18	
	1.	Требования к репортажному снимку. Требования к фотографу. Приемы репортажной съемки. Этика фо-	1	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Приемы репортажной съемки. Съемка репортажа по индивидуальным заданиям.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Репродукционная съемка. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Макросъемка. Разработка сценария для съемки репортажа.		16	
Тема 2.5. Фоторепродукция.	**Содержание учебного материала**		8	
	1.	Техническое оснащение и особенности репродукционной фотосъемки. Тональные проблемы и способы их решения.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Проанализировать особенности макросъемки	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Рассмотреть работы авторов макросъемки		6	
Раздел 3 Цифровая фотография			**80**	
Тема 3.1 Цветоделение	**Содержание учебного материала**		**29**	

и цветовоспроизведение	1.	Характеристики света и цвета. Восприятие цветов, смешение цветов, гармония цвета. Монохроматический цвет и доминирующий цвет, цветовые акценты. Физическое, оптическое и эмоциональное воздействие цвета.	1	
	2.	Определение цветовой температуры. Цветовые модели (RGB, CMY, CMYK) и цветовые системы (HSV, XYZ, Lab).	1	
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Физическое, оптическое и эмоциональное воздействие цвета". Осуществление подбора цвета для гармоничной композиции	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Использование цвета для усиления рекламных снимков. Подготовка доклада на тему "Композиционные характеристики цвета. "		26	
Тема 3.2 Особенности съемки цветной и черно-белой фотографии	**Содержание учебного материала**		**24**	
	1.	Характеристики света и цвета. Восприятие цветов, смешение цветов, гармония цвета. Монохроматический цвет и доминирующий цвет, цветовые акценты. Цветовая температура различных источников света. Сбалансированность цветных материалов. Конверсионные и корректирующие светофильтры.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Баланс белого при съемке на цифровой фотоаппарат.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Применение дополнительного оборудования для корректировки цвета. Создание гармоничных цветных композиций Подготовка доклада на тему " Меняющееся освещение, приемы использования."		**22**	
Тема 3.3. Основы цифровой обработки фотоизображения и вывода их на печать	**Содержание учебного материала**		**27**	
	1.	Цветовой баланс и разбалансировка. Необходимость коррекции цвета. Возможности цифровой цветокоррекции. Проблемы несоответствия цвета на цифровой камере, мониторе компьютера цвету готового отпечатка. Методы устранения этого несоответствия.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Обработка цифровой фотографии	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Компьютерный монтаж. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Разработка авторского проекта. Съемка по авторскому проекту. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Работа над авторским проектом. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Печать цифровой фотографии на принтере. Анализ авторских проектов. Подготовка к дифференцированному зачету.		25	
Всего по МДК.02.03.			**243**	
МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео			**204**	
Раздел 1 Кино и телевидение - виды экранного пространственно-временного искусства			**28**	

Тема 1.1 Кино и телевидение	**Содержание учебного материала**	**9**	
	1. **Практическое занятие** Круглый стол на тему "История возникновения и развития кино и телевидения".	1	
	Самостоятельная работа обучающегося История возникновения кино и телевидения, этапы становления кинематографа и телевидения как системы экранного искусства. Поиск выразительных средств на пути от немого кино к звуковому кинематографу. Виды экранного искусства, его основные законы, природа и сущность экранной зрелищности. Кино, его технические и художественные возможности. Принципы телевизионного сигнала и возможности передачи его зрителю. Телевидение как вид искусства: телевизионный фильм, информация и реклама. ТВ организации, виды видеостудий. Места съемок. Виды экранного искусства, его основные законы, природа и сущ- ность экранной зрелищности. Кино, его технические и художественные возможности. Подготовка доклада на тему "Этапы становления кинематографа: от немого кино к звуковому кинематографу	8	
Тема 1.2 История телевизионного ролика, функции рекламного ролика	**Содержание учебного материала**	**10**	
	1. **Практическое занятие** Круглый стол на тему " Рекламный ролик как новый формат телевизионного фильма, пути и особенности его развития ".	2	3
	Самостоятельная работа обучающегося История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской ТВ рекламы. Фестивали ТВ рекламы, формы их проведения. Функции телевизионного рекламного продукта. История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской рекламы. Фестивали ТВ рекламы и формы их проведения. Функции телевизионной рекламы продукта Подготовка доклада на тему " Функции телевизионной рекламы продукта. " Разработка сценария для съемок рекламного ролика. Анализ и рецензирование просмотренных видеоматериалов.	8	
Тема 1.3 Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции	**Содержание учебного материала**	**9**	
	1. **Практическое занятие** Круглый стол на тему " Рекламная история как основа рекламной продукции".	1	3
	Самостоятельная работа обучающегося Жанровые особенности телевизионной рекламы. Рекламная история как основа рекламной продукции. Российские и зарубежные рекламные агентства. Формы и специфика производства и проката телевизионной рекламы. Убеждающее изображение, его влияние на зрительскую аудиторию. Прокат ТВ рекламы. Подготовка доклада на тему " Жанровые особенности ТВ рекламы Создание рекламной истории, при разработке сценария телевизионной рекламы. Создание убеждающего изображения, при разработке сценария телевизионной рекламы.	8	
Раздел 2 Технические средства видеосъемки		**69**	
Тема 2.1 Виды	**Содержание учебного материала**	**13**	

съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения	1.	Съемочный аппарат как основной изобразительный инструмент экрана, история его совершенствования от люмьеровского синематографа до современного видеокамкордера.	1	
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Магия пленки и цифры".	1	
	3.	**Практическое занятие** Изучение особенностей устройства различных видеокамер, характеристик и свойств объектива, съемочного аппарата.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Фотокамера и видеокамера, признаки их сходства и различия. Особенности устройства различных видеокамер, характеристики и свойства объектива съемочного аппарата, предопределяющие изобразительную зрелищность и выразительность кадра. Телевизионное и кино изображения. Видеосигнал, передача цвета. Подготовка доклада на тему " Видеосигнал, передача цвета" Использование съемочной аппаратуры в соответствии с поставленной задачей. Выбор съемочной аппаратуры.		10	
Тема 2.2 Съемка статичной и движущейся камерами.	**Содержание учебного материала**		**13**	
	1.	Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план». Движение камеры: панорама наблюдения, сопровождение, «тревелинг». Приемы «наезд» (укрупнение) и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Движение камеры: панорама наблюдения, сопровождение, «тревелинг», приемы «наезд» и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы".	1	
	3.	**Практическое занятие** Осуществление различных операторских приемов в процессе видеосъемки. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта со штатива.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта с рук. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта блуждающей камерой. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта «крупным планом». Осуществление видеосъемки панорамы изображений для производства рекламного продукта. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта. Приемы наезд и отъезд. Подготовка доклада на тему " Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами"		10	
Тема 2.3 Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика.	**Содержание учебного материала**		**11**	
	1.	Большая и малая глубины резкости. Изобразительные особенности. Фокусировка, искажение перспективы, качество масштабирования. Экспозиция.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Фокус, искажение перспективы. Масштабность, экспозиция".	1	
	3.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Фокусное расстояние, диафрагма, глубина резкости".	1	
	Самостоятельная работа обучающегося		8	

	Фокусные расстояния, диафрагма, глубина изображаемого пространства. Изобразительные особенности съемки объективами с различными фокусными расстояниями. Основные отличительные особенности дискретной оптики и объектива с переменным фокусным расстоянием. Изучение основных отличительных особенностей дискретной оптики и объектива с переменным фокусным расстоянием. Использование творческих возможностей дискретной оптики, трансфокатора при решении творческих задач. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта. Настройка глубины резкости. Осуществление видеосъемки изображений объективами с различными фокусными расстояниями.			
Тема 2.4. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы	**Содержание учебного материала**		**16**	
	1.	Цели и задачи освещения. Эффекты и состояние освещения. Интенсивность и направление света. Освещение как средство трактовки образа. Свет, тень и цвет как выразительные средства. Свет и тень, передача цвета и смешение цветов.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Осветительное оборудование, его устройство, приемы работы с ним, техника безопасности при использовании осветительного оборудования"	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Физические свойства света - освещенность, яркость, светлота, цветовой фон, спектральный состав света. Отражательная способность физических тел. Цветовая температура источников света. Ключевая яркость. Визуальный и экспонометрический контроль; «серая» шкала. Свето- и цветочувствительность носителей. Светофильтры и их свойства. Экспонометрический режим, функция «баланс белого». Интервал яркостей объекта съемок. Осветительное оборудование, его устройство, приемы работы с ним, техника безопасности при использовании осветительного оборудования. Изучение эффектов и состояния освещения, интенсивности и направления света. Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта. Визуальный и экспонометрический контроль яркости света Использование различных типов фильтров и осветительной аппаратуры при съемке сюжетов. Осуществление работы с осветительным оборудованием.		14	
Тема 2.5. Естественный и искусственный свет. Экспонометрия	**Содержание учебного материала**		**16**	
	1.	Освещение людей, объектов, съемочной площадки. Источники света, цветной свет. Особенности съемки при искусственном освещении. Особенности съемки при естественном свете, эффекты освещения.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Особенности съемки при искусственном освещении". Круглый стол на тему "Особенности съемки при естественном свете, эффекты освещения".	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Распределение и направление света, его интенсивность. Освещение поверхностей, выработка фактур. Изучение освещения людей, объектов, съемочной площадки. Создание атмосферы освещением при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Импровизация в освещении.		14	

	Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Распределение и направление света, его интенсивность. Использование эффектов освещения при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта.			
Раздел 3. Технологии рекламного видео			**87**	
Тема 3.1 Разработка рекламного ролика	**Содержание учебного материала**		**11**	
	1.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему " Драматургия рекламного ролика". Изучение социальной аудитории при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно - визуальной символизации. Территория товара. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета, «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике. Разработка учебного рекламного сюжета		10	
Тема 3.2. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса	**Содержание учебного материала**		**16**	
	1.	Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов; отбор натуры, организация оформления съемочного пространства; подбор актеров; фото- и видео пробы. Производственные цеха, кинопрофессии. Съёмочная площадка. Взаимодействие режиссера, съёмочной группы и персонала студии. Работа актера в кадре.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему" Съемочная площадка: взаимодействие режиссера, съемочной группы и персонала студии".	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Организация и оформление съемочного производства. Видео и фото пробы. Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов.		14	
Тема 3.3. Фотосъемка портрета.	**Содержание учебного материала**		**1**	
	1	Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно - визуальной символизации. Территория товара. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета, «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике.	1	2
Тема 3.4 Съемочный процесс	**Содержание учебного материала**		**14**	
	1.	Основные методы съемки, принятые в фильмопроизводстве. Постановочный репортажный метод съемки. Техника и приемы съемки (многокамерный способ съемки, панорама, съемка движения и др.). Разнообразие съемочной аппаратуры, операторская техника и приспособления. Точка съемки, ракурс, движение камеры, характер движения, ритм.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Постановочный и репортажный метод съемки.	1	
	Самостоятельная работа № 11		8	

	Построение и композиция кадра. Стиль съемки, размер экрана, крупность планов. Стандартные съемки. Запоминание кадра. «Субъективная» обработка изображения. Значение объекта съемки. Баланс композиции изображения, влияние цвета на восприятие. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания. Изучение операторских приемов. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Техника и приемы съемки. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания.			
	Самостоятельная работа № 12 «Субъективная» обработка изображения		4	
Тема 3.5. Видеомонтаж, кадр и монтаж	**Содержание учебного материала**		**19**	
	1.	Суть монтажа. Монтажные программы. Монтажное оборудование (мониторы, микшеры, компьютеры и др.). Понятие «кадр», кадр как единица пространства, времени и действия. Монтаж, монтажная фраза. Монтаж по направлению во времени, по ориентации в пространстве. Виды монтажа, творческие возможности. Монтажный переход.	1	2
	2.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему "Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом".	2	3 3
	Самостоятельная работа обучающегося Монтажная съемка изображения в сцене. Признаки монтажного сочетания в кадре. Монтаж по крупности планов, по направлению движения и ориентации в пространстве. Монтаж по композиции кадра, тону, цвету. Монтажный ритм в сцене. Этическая сторона монтажа. Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм. Временной код. Прямой и черновой монтажи. Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом. Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм. Временной код. Прямой и черновой монтажи. Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Выполнение прямого и чернового монтажа видеофильма. Применение спецэффектов, монтажных переходов. Монтаж рекламного ролика.		16	
Тема 3.7. Монтажно- тонировочный период	**Содержание учебного материала**		**26**	
	1.	Режиссер и монтажер, звукорежиссер. Монтажный цех, студия озвучивания. Звуковой баланс, типы записей, обработка звука, качество звука, звуковой образ. Обработка звуковых эффектов. Фонотека. Текст. Интервью. Музыка и музыкальные эффекты, шумы. Синтетический звук. Типы записей. Звуковые дорожки. Оборудование для звукозаписи.	1	
	2.	**Практическое занятие** Показ и анализ рекламных роликов.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Обработка звуковых эффектов. Изучение оборудования для записи. Курсовое проектирование		24	

Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)	**20**	
Примерная тематика курсовых работ Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе. Художественный дизайн в рекламе. Компьютерный дизайн в рекламе. Режиссура рекламы. Композиция рекламного сообщения. Практические технологии фоторекламы и их основные функции. Методы конструирования упаковки. Технология и планирование печатного производства. Разработка и технология производства плаката социальной рекламы. Способы типографского набора. Подготовка рекламных материалов к печати. Основы создания телевизионной рекламы и кинорекламы. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Написание сценария радиорекламы. Производство рекламного продукта для сети Интернет. Ограничения оценки художественной стороны рекламного продукта. Разработка и технология производства рекламного календаря Социально-психологическая эффективность рекламного продукта и ее особенности. Методы создания фирменного стиля. Эффективность рекламного продукта и лояльность потребителей.		
Итого по МДК.02.04.	**204**	
Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки	**396**	
Виды работ: Создать и приложить к отчету тематическое портфолио «Наружная реклама в городе», в виде фотоподборки Разработать серию рекламных плакатов для РА, в котором студент проходит практику. Количество макетов - не менее 3 Подготовить макет рекламного сувенира (по выбору) Оформить характеристики полиграфического оборудования и используемых материалов Разработать 20-моделии, подготовить файлы 20-модели изделия для его дальнейшего изготовления на станке для лазерной резки в фабрике- лаборатории СГТУ. Выполнить ретушь старого фото. Создать рекламную листовку товара или услуги, содержащую логотип компании, рекламные фотографии и информацию о товаре или услуге, в формате А3. Создание предметной рекламной фотографии для каталога Создание портрета для использования в рекламных целях Осуществить съемку пейзажа Осуществить съемку интерьера		

Провести видеосъемку рекламного ролика на 5 минут Осуществить монтаж рекламного ролика Оформление отчета по практике		
Всего	**1728**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или пол руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Кабинет проектирования рекламного продукта учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - столы ученические - кресла с регулируемой высотой - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МИТУ-МАСИ - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Microsoft Visual Studio , iTALC , Microsoft Visio, AnyLogic, ArgoUML, ARIS EXPRESS, Erwin, Inkscape, Maxima, Microsoft SQL Server Management Studio, MPLAB, Notepad++, Oracle VM Virtual Box, Paint .NET, SciLab, WinAsm, GNS3, DipTrace, Adobe Acrobat, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro . Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	Кабинет проектирования рекламного продукта учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - столы ученические - кресла с регулируемой высотой - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МИТУ-МАСИ - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**:

	Microsoft Windows, Microsoft Office ,Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security,Информационно-справочная система «Консультант - плюс» iTALC (Свободно распространяемое ПО), Microsoft Visio, AnyLogic(Свободно распространяемое ПО), ArgoUML(Свободно распространяемое ПО), ARIS EXPRESS(Свободно распространяемое ПО), Egosh(Свободно распространяемое ПО), Inkscape (Свободно распространяемое ПО), Maxima(Свободно распространяемое ПО), Microsoft SQL Server Management Studio(Свободно распространяемое ПО), MPLAB(Свободно распространяемое ПО), Notepad++(Свободно распространяемое ПО), Oracle VM Virtual Box (Свободно распространяемое ПО), Paint .NET(Свободно распространяемое ПО), SciLab (Свободно распространяемое ПО), WinAsm (Свободно распространяемое ПО), GNS3(Свободно распространяемое ПО), DipTrace (Adobe Acrobat, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop (Adobe Premiere Pro Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	Лаборатория компьютерного дизайна учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - столы ученические - кресла с регулируемой высотой - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МИТУ-МАСИ - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows, Microsoft Office ,Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security, Информационно-справочная система «Консультант - плюс» iTALC (Свободно распространяемое ПО), Microsoft Visio, AnyLogic(Свободно распространяемое ПО), ArgoUML(Свободно распространяемое ПО), ARIS EXPRESS(Свободно распространяемое ПО), Egot(Свободно распространяемое ПО), Inkscape (Свободно распространяемое ПО), Maxima(Свободно распространяемое ПО), Microsoft SQL Server Management Studio(Свободно распространяемое ПО), MPLAB(Свободно распространяемое ПО), Notepad++(Свободно распространяемое ПО), Oracle VM Virtual Box (Свободно распространяемое ПО), Paint .NET(Свободно распространяемое ПО), SciLab (Свободно распространяемое ПО), WinAsm (Свободно распространяемое ПО), GNS3(Свободно распространяемое ПО), DipTrace Adobe Acrobat

	Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
	Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»

4.2. Информационное обеспечение обучения
Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Выполнение рекламных проектов в материале

Основная литература

Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 c. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990

Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 c. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html

Основы проектной и компьютерной графики : учебное пособие для СПО / составители С. Б. Тонковид. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 197 c. — ISBN 978-5-88247-952-6, 978-5-4488-0761-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92835

Дополнительная литература

Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 132 c. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https: //www .iprbookshop.ru/57030.html

Технологии создания и публикации цифровой мультимедийной информации : практикум для СПО / Л. Н. Титова, Е. П. Жилко, Э. И. Дяминова, Р. Р. Рамазанова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 131 c. — ISBN 978-5-4488-1305-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108656

Катунин, Г. П. Технологии создания и обработки цифровой мультимедийной информации : учебник для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 793 c. — ISBN 978-5-4488-1308-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108831

Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Основная литература

Основы проектной и компьютерной графики : учебное пособие для СПО / составители С. Б. Тонковид. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 197 c. — ISBN 978-5-88247-952-6, 978-5-4488-0761-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92835

Компьютерная графика : учебное пособие для СПО / Е. А. Ваншина, М. А. Егорова, С. И. Павлов, Ю. В. Семагина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 206 c. — ISBN 978-5-4488-0720-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/91878

Шульдова, С. Г. Компьютерная графика : учебное пособие / С. Г. Шульдова. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 300 c. — ISBN 978-985-503-987-8. —

Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/100360

Забелин, Л. Ю. Компьютерная графика и SD-моделирование : учебное пособие для СПО / Л. Ю. Забелин, О. Л. Штейнбах, О. В. Диль. — Саратов : Профобразование, 2021. — 258 с. — ISBN 978-5-4488-1188-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/106619

Дополнительная литература

Кириллова, Т. И. Компьютерная графика AutoCAD 2013, 2014 : учебное пособие для СПО / Т. И. Кириллова, С. А. Поротникова ; под редакцией Н. Х. Понетаевой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 154 с. — ISBN 978-5-4488-0444-1, 978-5-7996-2798-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87813

Конакова, И. П. Компьютерная графика. КОМПАС и AutoCAD : учебное пособие для СПО / И. П. Конакова, И. И. Пирогова ; под редакцией С. Б. Комарова. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 144 с. — ISBN 978-5-4488-0450-2, 978-5-7996-2825-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87814

Капранова, М. Н. Macromedia Flash MX. Компьютерная графика и анимация / М. Н. Капранова. — Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2017. — 96 с. — ISBN 978-5-91359-082-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/90293

Таранцев, И. Г. Компьютерная графика : учебное пособие / И. Г. Таранцев. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет, 2017. — 70 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/93458

Катунин, Г. П. Компьютерная обработка изображений и фотографика. Работа в программе Dynamic Auto Fainter : учебное пособие / Г. П. Катунин. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 264 с. — ISBN 978-5-4497-0205-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88052

Нужнов, Е. В. Мультимедиа технологии. Основы мультимедиа технологий : учебное пособие / Е. В. Нужнов. — 2-е изд. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. — 198 с. — ISBN 978-5-9275-2645-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87445

Техника и технологии рекламной фотографии

Основная литература

Надеждин, Н. Я. Введение в цифровую фотографию : учебное пособие для СПО / Н. Я. Надеждин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 281 с. — ISBN 978-5-4488-0996-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/102189

Катунин, Г. П. Компьютерные технологии в портретной фотографии : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 486 с. — ISBN 978-5-4488-

1082-4, 978-5-4497-0966-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/103442 (

Журов, Г. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие для СПО / Г. И. Журов, В. И. Сединин, Е. М. Погребняк. — Саратов : Профобразование, 2021. — 219 с. — ISBN 978-5-4488-1190-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/106630

Дополнительная литература

Катунин, Г. П. Компьютерная обработка изображений и фотографика. Работа в программе Dynamic Auto Painter : учебное пособие / Г. П. Катунин. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 264 с. — ISBN 978-5-4497-0205-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88052 (д

Катунин, Г. П. Компьютерные технологии в фотографии. Работа с плагинами Nik Collection : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 234 с. — ISBN 978-5-4488-0888-3, 978-5-4497-0715-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/97669

Катунин, Г. П. Компьютерные технологии в фотографии. Работа с плагинами Topaz Labs : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 296 с. — ISBN 978-5-4488-0889-0, 978-5-4497-0716-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/97670

Катунин, Г. П. Цифровая фотографика. Работа с плагинами Nik Collection : учебное пособие / Г. П. Катунин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 236 с. — ISBN 978-5-4497-0708-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/97671

Катунин, Г. П. Цифровая фотографика. Работа с плагинами Topaz Labs : учебное пособие / Г. П. Катунин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 354 с. — ISBN 978-5-4497-0711-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/97672

Техника и технологии рекламного видео

Основная литература

Катунин, Г. П. Технологии обработки видео в программе Sony Vegas Pro : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин, Е. С. Абрамова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-4488-1311-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108834

Пол, Джошуа Цифровое видео. Полезные советы и готовые инструменты по видеосъемке, монтажу и авторингу / Джошуа Пол ; перевод А. Ю. Осипов. — Саратов : Профобразование, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-4488-0078-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс 1РИ SMAKT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/63810.html

Дополнительная литература

Рознатовская, А. Г. Создание компьютерного видеоролика в Adobe Premiere Pro CS 2 : учебное пособие / А. Г. Рознатовская. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 80 с. — ISBN 978-5-4497-0694-2. —

	Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/97583.html (Райтман, М. А. Видеомонтаж в Sony Vegas Pro 13 / М. А. Райтман. — Саратов : Профобразование, 2017. — 302 c. — ISBN 978-5-4488-0096-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/63816.html Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 c. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112
Производственная практика (по профилю специальности)	**Основная литература** Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 c. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87990 Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 c. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118366.html Основы проектной и компьютерной графики : учебное пособие для СПО / составители С. Б. Тонковид. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 197 c. — ISBN 978-5-88247-952-6, 978-5-4488-0761-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92835 Надеждин, Н. Я. Введение в цифровую фотографию : учебное пособие для СПО / Н. Я. Надеждин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 281 c. — ISBN 978-5-4488-0996-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/102189 Катунин, Г. П. Технологии обработки видео в программе Sony Vegas Pro : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин, Е. С. Абрамова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 240 c. — ISBN 978-5-4488-1311-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108834 Катунин, Г. П. Компьютерные технологии в портретной фотографии : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 486 c. — ISBN 978-5-4488-1082-4, 978-5-4497-0966-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/103442 (Журов, Г. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие для СПО / Г. И. Журов, В. И. Сединин, Е. М. Погребняк. — Саратов : Профобразование, 2021. — 219 c. — ISBN 978-5-4488-1190-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/106630 **Дополнительная литература** Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр

Медиа, 2017. — 132 c. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https: //www .iprbookshop.ru/57030.html
Технологии создания и публикации цифровой мультимедийной информации : практикум для СПО / Л. Н. Титова, Е. П. Жилко, Э. И. Дяминова, Р. Р. Рамазанова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 131 c. — ISBN 978-5-4488-1305-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108656
Катунин, Г. П. Технологии создания и обработки цифровой мультимедийной информации : учебник для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 793 c. — ISBN 978-5-4488-1308-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/108831
Катунин, Г. П. Компьютерная обработка изображений и фотографика. Работа в программе Dynamic Auto Painter : учебное пособие / Г. П. Катунин. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 264 c. — ISBN 978-5-4497-0205-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88052 (д
Катунин, Г. П. Компьютерные технологии в фотографии. Работа с плагинами Nik Collection : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 234 c. — ISBN 978-5-4488-0888-3, 978-5-4497-0715-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/97669
Катунин, Г. П. Компьютерные технологии в фотографии. Работа с плагинами Topaz Labs : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 296 c. — ISBN 978-5-4488-0889-0, 978-5-4497-0716-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/97670
Катунин, Г. П. Цифровая фотографика. Работа с плагинами Nik Collection : учебное пособие / Г. П. Катунин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 236 c. — ISBN 978-5-4497-0708-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/97671
Катунин, Г. П. Цифровая фотографика. Работа с плагинами Topaz Labs : учебное пособие / Г. П. Катунин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 354 c. — ISBN 978-5-4497-0711-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/97672
Рознатовская, А. Г. Создание компьютерного видеоролика в Adobe Premiere Pro CS 2 : учебное пособие / А. Г. Рознатовская. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 80 c. — ISBN 978-5-4497-0694-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/97583.html (
Райтман, М. А. Видеомонтаж в Sony Vegas Pro 13 / М. А. Райтман. — Саратов : Профобразование, 2017. — 302 c. — ISBN 978-5-4488-0096-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/63816.html
Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 c. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды

СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112

Интернет-ресурсы:
Микулин В. 25 уроков фотографии. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://klax.tula.ru/~vendi/mik0.html.
Фотошкола - фото уроки. Уроки, статьи, примеры, описания. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://fotoshkola.info.
Сайт «Сними фильм» / Альманах. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://snimifilm.com/almanakh.
Портал «Школа рекламиста» [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.advertiser-school.ru.

Журналы:
Реклама. Теория и практика.
PR и реклама. Практические аспекты
Управление продажами
IT NEWS/НОВОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
1. Современная конкуренция М. Синергия пресс 2021 https://profspo.ru/magazines/11778
2 Стратегии бизнеса М. Реальная экономика 2021 https://profspo.ru/magazines/106278
3. Бюллетень науки и практики М. ИЦ Наука и практика
2021 https://profspo.ru/magazines/49817
4. Дисскусия М. Институт современных технологий
управления 2021 https://profspo.ru/magazines/34746

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной

программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Демонстрировать умения при выборе и использовании инструментов, оборудования, изобразительных средств и материалов.	Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, экзамен по модулю
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, экзамен по модулю
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, экзамен по модудю

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Оценка результатов самостоятельной работы
	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.	
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии	

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;	
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Самостоятельная работа.
ОК 5. Использовать информационно -коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;	
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде	
	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля; Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. деятельности.	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Анкетирование. Собеседование. Практические работы.
	Точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ.	Анкетирование.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и ком-	Аргументированность оценки информации с использованием информационно -коммуникационных технологий.	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.

муникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований
	Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов

Приложение 1

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
«Механизм воздействия рекламного образа»	Круглый стол
«Семиотический анализ рекламного продукта»	Круглый стол
«Изобразительные жанры рекламы. Современные технологии оформления витрин.	Круглый стол
«Художественный дизайн в рекламе.»	Круглый стол
«Основные правила обращения с фототехникой и техника безопасности»	Круглый стол

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

для специальности
42.02.01 Реклама
базовой подготовки

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта профессионального образования (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Феде-

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

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

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля - является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:
выявления требований целевых групп потребителей;
разработки средств продвижения рекламного продукта;
разработки маркетинговой части бизнес-плана;
уметь:
проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
проводить сегментирование рынка;
принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
знать:
задачи, цели и общие требования к рекламе;
основные направления рекламной деятельности;
виды рекламной деятельности;
структуру рекламного рынка.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего - 343 ч, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося - 199 ч,
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 134 ч;
самостоятельной работы обучающегося - 65 ч;
учебной практики (по профилю специальности) - 4 недели (144 ч), в том числе в форме практической подготовки - 4 недели (144 ч)

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта,** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	**ЛР 2**
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Ло-	**ЛР 3**

яльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	**ЛР 4**
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	**ЛР 5**
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	**ЛР 13**
Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	**ЛР 14**
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	**ЛР 15**

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1 ПК 3.2	МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	96		64	64		32			
	МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	103		70	70		33			
ПК 3.1 - 3.2	Учебная практика, в том числе в форме практической подготовки	144	144							144
Всего		343	144	134	134		65			144

3.2. Тематический план профессионального модуля (заочная форма обучения)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса(курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1 ПК 3.2	МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	96		64	64		32		-
	МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	103		70	70		33		-
ПК 3.1 - 3.2	Учебная практика, в том числе в форме практической подготовки	144	144						144
Всего		343	144	134		65			**144**

3.3. Содержание обучения по профессиональному модулю (очная форма обучения)

Наименование МДК, разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК.03.01. Маркетинг в рекламе			**120**	
Раздел I. Комплекс маркетинга				
Тема 1.1 Комплекс маркетинга и рекламы	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	1.	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость маркетинга в современных условиях. Концепции управления маркетингом: понятие, основные задачи для ведения маркетинговой деятельности	2	2
	2.	**Практическое занятие** Необходимость маркетинга в современных условиях	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка реферата «Маркетинг - основа управления в условиях рынка»		**2**	
Тема 1.2. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	3.	Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, социальный и т.д. Маркетинг, группы маркетинга краткая характеристика.	2	2
	Практическое занятие			
	4.	Формирование вертикальных маркетинговых систем	2	
	5.	Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, социальный и т.д.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		**2**	
Тема 1.3 Ключевые элементы комплекса маркетинга	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	6.	Комплекс маркетинга, его разработка в основе маркетинговых исследований. Составляющие комплекса маркетинга: товарная политика коммуникационная политика. сбытовая политика, ценовая политика. Основные вопросы, которые рассматриваются при формировании комплекса маркетинга.	2	2
	7.	**Практическое занятие** Составляющие комплекса маркетинга: товарная политика коммуникационная политика. сбытовая политика, ценовая политика.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		**2**	
Тема 1.4 Понятие потребительского рынка и его структура	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	8.	Теория покупательского поведения как научная дисциплина. Иерархия потребностей человека по А. Маслоу. Покупательская мотивация и методы ее выявления. Метод фокус-групп и его использование для изучения товара и покупателя.	2	2
	9.	**Практическое занятие**	2	

		| Сегментирование рынка. Метод фокус-групп и его использование для изучения товара и покупателя.		
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение теоретического материала по теме «Понятие потребительского рынка и его структура»		**2**	
Тема 1.5. Ценообразование на разных типах рынков	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	10.	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели и задачи, направленное формирование цен. Назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. Информационное обеспечение политики ценообразования. Виды цен, характерные для разных стратегий.	2	2
	11.	**Практическое занятие** Выбор метода ценообразования	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение методов ценообразования. Подготовка презентаций		**2**	
Тема 1.6 Сегментирование рынка	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	12.	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка; географические, социально-экономические, психографические, поведенческие.	2	2
	13.	Критерии выбора сегмента рынка. Позиционирование товара: понятие, назначение, условие правильного позиционирования товара на рынке.	2	2
	14.	**Практическое занятие** Сегментирование рынка и оценка емкости выбранного сегмента	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение сегментирования и позиционирования рынка. Подготовка презентаций.		**2**	
Раздел II. Маркетинговые исследования рынка				
Тема 2.1. Понятие и основные направления маркетинговых исследований	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	15.	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты исследований. Особенности и виды маркетинговых исследований. Схема маркетинговых исследований.	2	2
	16.	**Практическое занятие** Классификация макро и микросреды фирмы Изучение конкурентноспособности товара в тесной увязке с фазами его жизненного цикла	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение практических работ по теме «Маркетинговые исследования рынка»		**4**	
Тема 2.2. Маркетинговая среда. Маркетинговая информационная система	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	17.	Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние).	2	2
	18.	Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система	2	2
	19.	**Практическое занятие** Основные этапы принятии решений о покупке. Оценка конкурентоспособности товара по техническим и экологическим параметрам	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение практических работ по теме «Маркетинговая информация»		**4**	
Раздел 3. Трейд - маркетинг				

Тема 3.1. Мерчендайзинг. Сбытовая политика.	**Содержание учебного материала**			
	20.	Определение мерчендайзинга Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика, цели, задачи и основные направления сбытовой политики.	2	2
	21.	Виды сбыта, средства сбыта, каналы распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), система сбыта. Торговые посредники, их виды и типы.	2	2
	22.	**Практическое занятие** Выбор организации системы сбыта	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе Подготовка презентаций на тему «Сбытовая политика»		**2**	
Тема 3.2 Стимулирование сбыта	**Содержание учебного материала**			
	23.	Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. Торговля в кредит. Бесплатные образцы товара.	2	2
	24.	Премии при покупке на определенную сумму. Основные способы повышения эффективности рекламы	2	2
	25.	**Практическое занятие** Разработка мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта. Анализ рынка сбыта. Планирование личной продукции	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе Выполнение практических заданий по теме: «Стимулирование сбыта»		**4**	
Раздел 4. Организация маркетинговой деятельности в рекламе				
Тема 4.1. Маркетинг в рекламной деятельности	**Содержание учебного материала**			
	26.	Маркетинговые исследования в рекламной деятельности. Выявление проблем, формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов	2	2
	27.	Маркетинговые исследования в рекламной деятельности. Выявление проблем, формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.	2	2
	28.	Потребители. Классификация потребителей. Принятие решения о покупке.	2	2
	29.	**Практическое занятие** Разработка мероприятий, анкеты для исследования предпочтений целевых групп потребителей	2	
	30.	**Практическое занятие** Анализ результатов исследований предпочтений целевых групп потребителей	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе Саморегулирование рекламной деятельности		**4**	
Тема 4.2.	**Содержание учебного материала**			

Организация маркетинговой деятельности в рекламной организации	31.	Стимулирование сбыта. Анализ потребления.	2	2
	32.	Мероприятия стимулирования сбыта.	2	2
	33.	**Практическое занятие** Выполнение практических заданий по теме Анализ потребления. Тестирование.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе Подготовка сообщений по теме «Мероприятия стимулирования сбыта»		**2**	
	Соде	**ржание учебного материала**		
	34.	Система планирования и организации службы маркетинга на рекламном предприятии.	2	2
	35.	Выбор средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей	2	2
	36.	**Практическое занятие** Система планирования и организации службы маркетинга на рекламном предприятии.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение ценовой политики рекламной организации Виды цен Изучение системы планирования и организации службы маркетинга на предприятии		**4**	
Тема 4.3. Бизнес-план	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	37.	Бизнес-план. Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана.	2	2
	38.	Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана.	2	2
	39.	Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана.	2	2
	40.	**Практическое занятие** Структура рекламного агентства	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение рекламы на телевидении, в газете, радио и т.д. Характеристика покупателей на потребительском рынке.		**4**	
Всего по МДК.03.01			**120**	
МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности			**96**	
Раздел 1. Основы правового регулирования рекламной деятельности				
Тема 1.1. Понятие рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	1.	Понятие и функции рекламного права. Предмет и метод правового регулирования рекламной деятельности. Основные направления рекламной деятельности. Реклама как объект правового регулирования. Классификация видов рекламной деятельности.	2	2
Тема 1.2. Источники рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	2.	Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность. ФЗ РФ «О рекламе», Гражданский кодекс РФ, Кодекс РФ об административных правонарушениях, ФЗ «О защите прав потребителей».	2	2

	3.	Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» как источник правового регулирования рекламной деятельности. Закон РФ «О средствах массовой информации».	2	2
	4.	**Практическое занятие**. «Изучение Федерального закона «О рекламе» Решение ситуационных задач по теме «Источники рекламной деятельности»	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение нормативных источников: Постановление Правительства РФ от 30 июня 2004 г. N 331"Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе», Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты Европейская конвенция о трансграничном телевидении (Страсбург, 5 мая 1989 г.)		2	
Тема 1.3. Субъекты рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	5.	Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и потребителя. Основные права и обязанности участников рекламной деятельности (рекламодателя, рекламопроизводитель, рекламораспространителя, потребителя).	2	2
	6.	**Практическое занятие** Решение ситуационных задач по теме Субъекты рекламной деятельности» Составить сравнительную таблицу «Права и обязанности субъектов рекламной деятельности»	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем Выполнение реферата на тему «Особенности правовых статусов субъектов рекламной деятельности»		4	
Тема 1.4. Общие и специальные требования к рекламе	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	7.	Понятие и виды ненадлежащей рекламы. Добросовестная и недобросовестная реклама. Особенности безопасной рекламы. Достоверная и недостоверная реклама. Неэтичная и скрытая реклама. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.	2	2
	8.	**Практическое занятие** Решение ситуационных задач на тему специальные требования к рекламе» «Правовые требования, предъявляемые к ненадлежащей рекламе»	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем Составить перечень товаров, работ, услуг, которые запрещено рекламировать на территории Российской Федерации		2	
Тема 1.5. Особенности	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	9.	Классификация видов рекламы. Особенности политической рекламы. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах. Особенности правового регулирования наружной рекламы.	2	2

регулирования отдельных видов рекламы.	10.	Социальная реклама и спонсорство. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой. Реклама алкогольной продукции. Реклама табака и табачных изделий. Реклама вооружений и военной техники.	2	2
	11.	**Практическое занятие** Составить схему «Правовые требования для рекламы отдельных видов товаров и услуг» Описать специальные требования, предъявляемые к рекламе, защищающие несовершеннолетних от негативного воздействия рекламы Составить сравнительную таблицу требований к размещению отдельных видов рекламы	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Составить доклад на тему «Правовые требования, предъявляемые к наружной рекламе» Составить сравнительную таблицу «Критерии различия понятий вывеска и наружная реклама»		2	
Тема 1.6 Особенности способов распространения рекламы на территории РФ	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	12.	Особенности рекламы в телепрограммах и телепередачах. Особенности рекламы в радиопрограммах и радиопередачах. Особенности рекламы в периодических печатных изданиях.	1	2
	13.	Особенности рекламы, распространяемой по сетям электросвязи и размещаемой на почтовых отправлениях. Особенности рекламы на транспортных средствах.	1	2
	14.	**Практическое занятие** Подготовить правовую характеристику рекламы на транспортных средствах	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить реферат на тему «Особенности рекламы на финансовых рынках»		2	
Раздел 2. Гражданско-правовые отношения в сфере рекламной деятельности. Договора в сфере рекламы.			**30**	
Тема 2.1 Реклама в сфере защиты прав потребителей.	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	15.	Реклама, как вид информации, получаемая потребителем. Понятие продавца, исполнителя и потребителя. Реализация права потребителей на достоверную информацию о товарах (работах, услугах), продавце (исполнителе, изготовителе).	1	2
	16.	Осуществление права потребителей на достоверную информацию о товарах (работах, услугах), продавце (исполнителе, изготовителе). Защита прав потребителей при оказании услуг.	1	2
	17.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему «Реклама в сфере защиты прав потребителей». Решение ситуационных задач на тему «Реклама в сфере защиты прав потребителей».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе Выполнение презентации на тему «Защита прав потребителей при оказании рекламных услуг».		2	
Тема 2.2 Ответственность за нарушение прав потребителей	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	18.	Ответственность - рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей за нарушение прав потребителей и законодательства о рекламе. Ненадлежащая реклама и защита прав потребителей при оказании услуг.	2	2
	19.	**Практическое занятие**	2	

		Решение ситуационных задач по теме «Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу»		
	Самостоятельная работа обучающегося. Выполнение доклада на тему «Порядок осуществления контррекламы»		2	
Тема 2.3 Обязательства в сфере рекламы.	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	20.	Обязательства в сфере рекламы. Принципы и способы обеспечения исполнения обязательств. Ответственность за нарушение договорных обязательств.	2	2
	21.	**Практическое занятие.** Возникновение обязательств при оказании рекламных услуг. Решение ситуационных задач по теме «Ответственность за нарушение договорных обязательств».	2	
	Самостоятельная работа обучающегося. Выполнение доклада на тему «Субъекты ответственности за нарушение договорных обязательств.		2	
Тема 2.4 Правовое регулирование договоров в сфере рекламы.	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	22.	Понятия договора, сделки. Содержание договоров. Правовое регулирование договоров в сфере рекламы.	1	2
	23.	Порядок заключения, изменения, расторжения договоров.	1	2
	24.	**Практическое занятие** Составление договоров в сфере рекламы.	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение доклада на тему «Особенности сделок в сфере рекламы»		2	
Раздел 3. Правовая охрана интеллектуальной собственностью в сфере рекламной деятельности			**16**	
Тема 3.1 Использование и правовая защита интеллектуальной собственности в рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	25.	Понятие интеллектуальной собственности. Виды интеллектуальной собственности. Авторское право. Смежные права.	1	2
	26.	Товарные знаки. Промышленные образцы. Патенты. Недобросовестная конкуренция. Охрана авторских прав на рекламные идеи и решения. Правовая защита интеллектуальной собственности.	1	2
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение доклада на тему «Авторское право в рекламе».		2	
Тема3.2 Правовые средства индивидуализации товарных знаков в рекламе	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	28.	Товарный знак в рекламе и его роль в позиционировании товаров. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак.	1	2
	29.	Процедура регистрации товарных знаков. Способы защиты средств индивидуализации в РФ	1	2
	30.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему «Использование и правовая защита интеллектуальной собственности в рекламной деятельности» Индивидуализация товаров, услуг в рекламной деятельности. Написать эссе на тему «Эффективность товарного знака на рекламном рынке	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Составить схему «Виды товарных знаков в рекламе»		2	
Раздел 4. Государственный контроль и саморегулирование в области рекламной деятельности			**30**	

Тема 4.1 Государственный контроль в сфере рекламы.	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	31.	Функции и полномочия контролирующих органов в сфере рекламы. Порядок рассмотрения дел о нарушения законодательства о рекламе.	2	2
	32.	**Практическое занятие** Составления схему «Полномочия контролирующих органы в сфере рекламы»	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Составить доклад на тему «Полномочия Федеральной антимонопольной службы на примере практических ситуаций»		2	
Тема 4.2 Применение мер юридической ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	33.	Понятие и виды юридической ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Пределы ответственности участников рекламной деятельности. Юридическая ответственность за нарушения законодательства РФ о рекламе	1	2
	34.	Меры ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Особенности гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Административная ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.	1	2
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение доклада на тему: «Уголовная ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе»		2	
Тема 4.3 Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	36	Порядок рассмотрения и разрешения споров сфере рекламы. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции. Рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами.	2	2
	37.	**Практическое занятие** Составление проекта искового заявления в арбитражный суд Составление проекта искового заявления в общей юрисдикции Составление проекта жалобы на предписание антимонопольных органов	2	
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка докладов «Процедуры разрешения споров о рекламе», «Особенности рассмотрения дел об оспаривании предписаний антимонопольных органов»		2	
Тема 4.4 Саморегулирование Содержание учебного материала рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	38.	Понятие и способы саморегулирования рекламной деятельности. Общие принципы саморегулирования. Основные органы саморегулирования рекламной деятельности в РФ.	1	2
	39.	Мировой и российский опыт саморегулирования рекламной деятельности. Преимущества и недостатки саморегулирования рекламы перед государственным регулированием.	1	2
Тема 4.5 Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах.	**Соде**	**ржание учебного материала**		
	40.	Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах. Регулирование рекламы в странах Евросоюза	2	2
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовить сообщение на тему «Деятельность органов саморегулирования в области рекламы»		2	
Дифференцированный зачет			2	

Всего по МДК.03.02	**96**	
Учебная практика, в том числе в форме практической подготовки **Виды работ:** Составить краткую правовую справка об организации Изучить состав учредительных документов организации и составить их перечень Составить проект договора об оказании рекламных услуг на основании изученных хозяйственных договоров рекламного предприятия Составить проект претензии заказчика о нарушении условий договора об оказании рекламных услуг на основании изученной правовой базы рекламного предприятия Составить проект искового заявления о привлечении к ответственности исполнителя за нарушение прав заказчика в сфере рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия Рассмотреть и описать виды ответственности заказчиков и исполнителей при заключении договоров по оказанию рекламных услуг или других договоров рекламного предприятия (договора аренды, авторского договора по выбору) Проанализировать и описать случаи соблюдения правового регулирования отдельных видов рекламы: политической, социальной, рекламы для несовершеннолетних и др., производимые рекламным предприятием Выявить и разработать схему действий потребителя в случае нарушений его прав от недобросовестной рекламы Выявить и описать практику соблюдения авторских прав при производстве рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия Презентация маркетингового анализа компании - заказчика. Представление результатов анализа, выводов из анализа и предложений по продвижению рекламного продукта на конкретных носителях в виде презентации. Работа в колледже с руководителем практики, формирование отчета, сдача его на проверку руководителю. Разработка маркетинговой части бизнес-плана. Разработка средств продвижения рекламного продукта Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы. Составление отчета по маркетингу.	**72**	
Всего	**288**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или пол руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3.4. Содержание обучения по профессиональному модулю (заочная форма обучения)

Наименование МДК, разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК.03.01. Маркетинг в рекламе			**120**	
Раздел I. Комплекс маркетинга			**48**	
Тема 1.1 Комплекс маркетинга и рекламы	**Содержание учебного материала**		**13**	
	1.	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость маркетинга в современных условиях.	1	2
	Самостоятельная работа обучающихся Необходимость маркетинга в современных условиях. Подготовка реферата «Маркетинг - основа управления в условиях рынка». Концепции управления маркетингом: понятие, основные задачи для ведения маркетинговой деятельности		**12**	
Тема 1.2. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	**Содержание учебного материала**		**8**	
	2.	Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, социальный и т.д. Маркетинг, группы маркетинга краткая характеристика.	1	2
	Практическое занятие			
	3.	Формирование вертикальных маркетинговых систем. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, социальный и т.д.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		**6**	
Тема 1.3 Ключевые элементы комплекса маркетинга	**Содержание учебного материала**		**7**	
	4.	**Практическое занятие** Составляющие комплекса маркетинга: товарная политика коммуникационная политика. сбытовая политика, ценовая политика.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Комплекс маркетинга, его разработка в основе маркетинговых исследований. Составляющие комплекса маркетинга: товарная политика коммуникационная политика. сбытовая политика, ценовая политика. Основные вопросы, которые рассматриваются при формировании комплекса маркетинга. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		**6**	
Тема 1.4 Понятие потребительского рынка и его структура	**Содержание учебного материала**		**6**	
	5.	Теория покупательского поведения как научная дисциплина. Иерархия потребностей человека по А. Маслоу. Покупательская мотивация и методы ее выявления. Метод фокус-групп и его использование для изучения товара и покупателя.	1	2
	6.	**Практическое занятие** Сегментирование рынка. Метод фокус-групп и его использование для изучения товара и покупателя.	1	

	Самостоятельная работа обучающегося Изучение теоретического материала по теме «Понятие потребительского рынка и его структура»		**4**	
Тема 1.5. Ценообразование на разных типах рынков	**Соде**	**ржание учебного материала**	**6**	
	7.	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели и задачи, направленное формирование цен. Назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. Информационное обеспечение политики ценообразования. Виды цен, характерные для разных стратегий.	1	2
	8.	**Практическое занятие** Выбор метода ценообразования	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Изучение методов ценообразования. Подготовка презентаций		**4**	
Тема 1.6 Сегментирование рынка	**Соде**	**ржание учебного материала**	**8**	
	9.	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка; географические, социально-экономические, психографические, поведенческие.	1	2
	10.	**Практическое занятие** Сегментирование рынка и оценка емкости выбранного сегмента	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Критерии выбора сегмента рынка. Позиционирование товара: понятие, назначение, условие правильного позиционирования товара на рынке. Изучение сегментирования и позиционирования рынка. Подготовка презентаций.		**6**	
Раздел II. Маркетинговые исследования рынка			**15**	
Тема 2.1. Понятие и основные направления маркетинговых исследований	**Соде**	**ржание учебного материала**	**8**	
	11.	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты исследований. Особенности и виды маркетинговых исследований. Схема маркетинговых исследований.	1	2
	12.	**Практическое занятие** Классификация макро и микросреды фирмы Изучение конкурентноспособности товара в тесной увязке с фазами его жизненного цикла	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение практических работ по теме «Маркетинговые исследования рынка»		**6**	
Тема 2.2. Маркетинговая среда. Маркетинговая информационная система	**Соде**	**ржание учебного материала**	**7**	
	13.	**Практическое занятие** Основные этапы принятии решений о покупке. Оценка конкурентоспособности товара по техническим и экологическим параметрам	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние). Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Выполнение практических работ по теме «Маркетинговая информация»		**6**	
Раздел 3. Трейд - маркетинг			**17**	
Тема 3.1.	**Содержание учебного материала**		**9**	

Мерчендайзинг. Сбытовая политика.	14.	**Практическое занятие** Выбор организации системы сбыта	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Определение мерчендайзинга. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика, цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта, средства сбыта, каналы распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), система сбыта. Торговые посредники, их виды и типы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе Подготовка презентаций на тему «Сбытовая политика»		**8**	
Тема 3.2 Стимулирование сбыта	**Соде**	**ржание учебного материала**	**8**	
	15.	Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. Торговля в кредит. Бесплатные образцы товара.	1	2
	16.	**Практическое занятие** Разработка мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта. Анализ рынка сбыта. Планирование личной продукции	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Премии при покупке на определенную сумму. Основные способы повышения эффективности рекламы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе Выполнение практических заданий по теме: «Стимулирование сбыта»		**6**	
Раздел 4. Организация маркетинговой деятельности в рекламе			**40**	
Тема 4.1. Маркетинг в рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**	**12**	
	17.	Маркетинговые исследования в рекламной деятельности. Выявление проблем, формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов	1	2
	18.	**Практическое занятие** Разработка мероприятий, анкеты для исследования предпочтений целевых групп потребителей	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Анализ результатов исследований предпочтений целевых групп потребителей. Маркетинговые исследования в рекламной деятельности. Выявление проблем, формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе. Потребители. Классификация потребителей. Принятие решения о покупке. Саморегулирование рекламной деятельности		**10**	
Тема 4.2. Организация маркетинговой деятельности в рекламной организации	**Соде**	**ржание учебного материала**	**8**	
	19.	Стимулирование сбыта. Анализ потребления.	1	2
	20.	**Практическое занятие** Выполнение практических заданий по теме Анализ потребления. Тестирование.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося		**6**	

	Мероприятия стимулирования сбыта. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе. Подготовка сообщений по теме «Мероприятия стимулирования сбыта»			
	Соде	**ржание учебного материала**	**10**	
	21.	Система планирования и организации службы маркетинга на рекламном предприятии.	1	2
	22.	**Практическое занятие** Система планирования и организации службы маркетинга на рекламном предприятии.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Выбор средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей. Изучение ценовой политики рекламной организации. Виды цен. Изучение системы планирования и организации службы маркетинга на предприятии		**8**	
Тема 4.3. Бизнес-план	**Соде**	**ржание учебного материала**	**10**	
	23.	Бизнес-план. Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана.	1	2
	24.	**Практическое занятие** Структура рекламного агентства	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана. Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана. Изучение рекламы на телевидении, в газете, радио и т.д. Характеристика покупателей на потребительском рынке.		**8**	
Всего по МДК.03.01			**120**	
МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности			**96**	
Раздел 1. Основы правового регулирования рекламной деятельности			**36**	
Тема 1.1. Понятие рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**	**1**	
	1.	Понятие и функции рекламного права. Предмет и метод правового регулирования рекламной деятельности. Основные направления рекламной деятельности. Реклама как объект правового регулирования. Классификация видов рекламной деятельности.	1	2
Тема 1.2. Источники рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**	**7**	
	2.	**Практическое занятие**. «Изучение Федерального закона «О рекламе» Решение ситуационных задач по теме «Источники рекламной деятельности»	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность. ФЗ РФ «О рекламе», Гражданский кодекс РФ, Кодекс РФ об административных правонарушениях, ФЗ «О защите прав потребителей». Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» как источник правового регулирования рекламной деятельности. Закон РФ «О средствах массовой информации». Изучение нормативных источников: Постановление Правительства РФ от 30 июня 2004 г. N 331"Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе», Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты Европейская конвенция о трансграничном телевидении (Страсбург, 5 мая 1989 г.)		**6**	
Тема 1.3.	**Содержание учебного материала**		**7**	

Субъекты рекламной деятельности	3.	**Практическое занятие** Решение ситуационных задач по теме Субъекты рекламной деятельности» Составить сравнительную таблицу «Права и обязанности субъектов рекламной деятельности»	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и потребителя. Основные права и обязанности участников рекламной деятельности (рекламодателя, рекламопроизводитель, рекламораспространителя, потребителя). Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем Выполнение реферата на тему «Особенности правовых статусов субъектов рекламной деятельности»		**6**	
Тема 1.4. Общие и специальные требования к рекламе	**Соде**	**ржание учебного материала**	**7**	
	4.	**Практическое занятие** Решение ситуационных задач на тему специальные требования к рекламе» «Правовые требования, предъявляемые к ненадлежащей рекламе»	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Понятие и виды ненадлежащей рекламы. Добросовестная и недобросовестная реклама. Особенности безопасной рекламы. Достоверная и недостоверная реклама. Неэтичная и скрытая реклама. Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем Составить перечень товаров, работ, услуг, которые запрещено рекламировать на территории Российской Федерации		**6**	
Тема 1.5. Особенности регулирования отдельных видов рекламы.	**Соде**	**ржание учебного материала**	**7**	
	5.	**Практическое занятие** Составить схему «Правовые требования для рекламы отдельных видов товаров и услуг» Описать специальные требования, предъявляемые к рекламе, защищающие несовершеннолетних от негативного воздействия рекламы Составить сравнительную таблицу требований к размещению отдельных видов рекламы	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Классификация видов рекламы. Особенности политической рекламы. Особенности рекламы в радио - и телепрограммах. Особенности правового регулирования наружной рекламы. Социальная реклама и спонсорство. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой. Реклама алкогольной продукции. Реклама табака и табачных изделий. Реклама вооружений и военной техники. Составить доклад на тему «Правовые требования, предъявляемые к наружной рекламе» Составить сравнительную таблицу «Критерии различия понятий вывеска и наружная реклама»		**6**	
Тема 1.6 Особенности способов распространения рекламы на территории РФ	**Соде**	**ржание учебного материала**	**7**	
	6.	**Практическое занятие** Подготовить правовую характеристику рекламы на транспортных средствах	1	
	Самостоятельная работа обучающихся		**6**	

	Особенности рекламы, распространяемой по сетям электросвязи и размещаемой на почтовых отправлениях. Особенности рекламы на транспортных средствах. Подготовить реферат на тему «Особенности рекламы на финансовых рынках». Особенности рекламы в телепрограммах и телепередачах. Особенности рекламы в радиопрограммах и радиопередачах. Особенности рекламы в периодических печатных изданиях.			
Раздел 2. Гражданско-правовые отношения в сфере рекламной деятельности. Договора в сфере рекламы.			**24**	
Тема 2.1 Реклама в сфере защиты прав потребителей.	**Соде**	**ржание учебного материала**	**7**	
	7.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему «Реклама в сфере защиты прав потребителей». Решение ситуационных задач на тему «Реклама в сфере защиты прав потребителей».	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Реклама, как вид информации, получаемая потребителем. Понятие продавца, исполнителя и потребителя. Реализация права потребителей на достоверную информацию о товарах (работах, услугах), продавце (исполнителе, изготовителе). Осуществление права потребителей на достоверную информацию о товарах (работах, услугах), продавце (исполнителе, изготовителе). Защита прав потребителей при оказании услуг. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателе Выполнение презентации на тему «Защита прав потребителей при оказании рекламных услуг».		**6**	
Тема 2.2 Ответственность за нарушение прав потребителей	**Соде**	**ржание учебного материала**	**6**	
	8.	**Практическое занятие** Решение ситуационных задач по теме «Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу»	1	
	Самостоятельная работа обучающегося. Ответственность - рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей за нарушение прав потребителей и законодательства о рекламе. Ненадлежащая реклама и защита прав потребителей при оказании услуг. Выполнение доклада на тему «Порядок осуществления контррекламы»		**5**	
Тема 2.3 Обязательства в сфере рекламы.	**Соде**	**ржание учебного материала**	**6**	
	9.	Обязательства в сфере рекламы. Принципы и способы обеспечения исполнения обязательств. Ответственность за нарушение договорных обязательств.	1	2
	Самостоятельная работа обучающегося. Выполнение доклада на тему «Субъекты ответственности за нарушение договорных обязательств. Возникновение обязательств при оказании рекламных услуг. Решение ситуационных задач по теме «Ответственность за нарушение договорных обязательств».		**5**	
Тема 2.4 Правовое регулирование договоров в сфере рекламы.	**Соде**	**ржание учебного материала**	**5**	
	10.	Составление договоров в сфере рекламы.	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Порядок заключения, изменения, расторжения договоров. Выполнение доклада на тему «Особенности сделок в сфере рекламы». Понятия договора, сделки. Содержание договоров. Правовое регулирование договоров в сфере рекламы.		**4**	
Раздел 3. Правовая охрана интеллектуальной собственностью в сфере рекламной деятельности			**11**	
Содержание учебного материала			**5**	

Тема 3.1 Использование и правовая защита интеллектуальной собственности в рекламной деятельности	11.	Понятие интеллектуальной собственности. Виды интеллектуальной собственности. Авторское право. Смежные права.	1	2
	Самостоятельная работа обучающегося Выполнение доклада на тему «Авторское право в рекламе». Товарные знаки. Промышленные образцы. Патенты. Недобросовестная конкуренция. Охрана авторских прав на рекламные идеи и решения. Правовая защита интеллектуальной собственности.		**4**	
Тема3.2 Правовые средства индивидуализации товарных знаков в рекламе	**Соде**	**ржание учебного материала**	**6**	
	12.	**Практическое занятие** Круглый стол на тему «Использование и правовая защита интеллектуальной собственности в рекламной деятельности» Индивидуализация товаров, услуг в рекламной деятельности. Написать эссе на тему «Эффективность товарного знака на рекламном рынке	1	
	Самостоятельная работа обучающегося Процедура регистрации товарных знаков. Способы защиты средств индивидуализации в РФ. Составить схему «Виды товарных знаков в рекламе». Товарный знак в рекламе и его роль в позиционировании товаров. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак.		**5**	
Раздел 4. Государственный контроль и саморегулирование в области рекламной деятельности			**24**	
Тема 4.1 Государственный контроль в сфере рекламы.	**Соде**	**ржание учебного материала**	**5**	
	13.	Функции и полномочия контролирующих органов в сфере рекламы. Порядок рассмотрения дел о нарушения законодательства о рекламе.	1	2
	Самостоятельная работа обучающегося Составить доклад на тему «Полномочия Федеральной антимонопольной службы на примере практических ситуаций». Составления схему «Полномочия контролирующих органы в сфере рекламы»		**4**	
Тема 4.2 Применение мер юридической ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе	**Соде**	**ржание учебного материала**	**6**	
	14.	Понятие и виды юридической ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Пределы ответственности участников рекламной деятельности. Юридическая ответственность за нарушения законодательства РФ о рекламе	1	2
	Самостоятельная работа обучающегося Меры ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Особенности гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Административная ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Выполнение доклада на тему: «Уголовная ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе»		**5**	
Тема 4.3 Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе	**Соде**	**ржание учебного материала**	**7**	
	15	Порядок рассмотрения и разрешения споров сфере рекламы. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции. Рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами.	1	2
	Самостоятельная работа обучающегося Подготовка докладов «Процедуры разрешения споров о рекламе», «Особенности рассмотрения дел об оспаривании предписаний антимонопольных органов». Составление проекта искового заявления в арбитражный суд		**6**	

	Составление проекта искового заявления в общей юрисдикции Составление проекта жалобы на предписание антимонопольных органов			
Тема 4.4 Саморегулирование Содержание учебного материала рекламной деятельности	**Соде**	**ржание учебного материала**	**1**	
	16.	Понятие и способы саморегулирования рекламной деятельности. Общие принципы саморегулирования. Основные органы саморегулирования рекламной деятельности в РФ.	1	2
Тема 4.5 Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах.	**Соде**	**ржание учебного материала**	**5**	
	17.	Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах. Регулирование рекламы в странах Евросоюза	1	2
	Самостоятельная работа обучающегося Мировой и российский опыт саморегулирования рекламной деятельности. Преимущества и недостатки саморегулирования рекламы перед государственным регулированием. Подготовить сообщение на тему «Деятельность органов саморегулирования в области рекламы»		**4**	
18. Дифференцированный зачет			1	
Всего по МДК.03.02			**96**	
Учебная практика, в том числе в форме практической подготовки **Виды работ:** Составить краткую правовую справка об организации Изучить состав учредительных документов организации и составить их перечень Составить проект договора об оказании рекламных услуг на основании изученных хозяйственных договоров рекламного предприятия Составить проект претензии заказчика о нарушении условий договора об оказании рекламных услуг на основании изученной правовой базы рекламного предприятия Составить проект искового заявления о привлечении к ответственности исполнителя за нарушение прав заказчика в сфере рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия Рассмотреть и описать виды ответственности заказчиков и исполнителей при заключении договоров по оказанию рекламных услуг или других договоров рекламного предприятия (договора аренды, авторского договора по выбору) Проанализировать и описать случаи соблюдения правового регулирования отдельных видов рекламы: политической, социальной, рекламы для несовершеннолетних и др., производимые рекламным предприятием Выявить и разработать схему действий потребителя в случае нарушений его прав от недобросовестной рекламы Выявить и описать практику соблюдения авторских прав при производстве рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия Презентация маркетингового анализа компании - заказчика. Представление результатов анализа, выводов из анализа и предложений по			**72**	

продвижению рекламного продукта на конкретных носителях в виде презентации. Работа в колледже с руководителем практики, формирование отчета, сдача его на проверку руководителю. Разработка маркетинговой части бизнес-плана. Разработка средств продвижения рекламного продукта Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы. Составление отчета по маркетингу.		
Всего	**288**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или пол руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	Кабинет правового обеспечения профессиональной деятельности учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	Кабинет правового обеспечения профессиональной деятельности учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»

	Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	Кабинет правового обеспечения профессиональной деятельности учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»

4.2. Информационное обеспечение обучения
Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Маркетинг в рекламе	**Основная литература** Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 c. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88760 Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 c. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/95594 Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 c. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862 Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 c. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ВВПВобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86471 **Дополнительная литература** Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 c. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88795 Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 c. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ВВПВобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/86143 Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 c. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ВВПВобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112 Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742
Правовое обеспечение рекламной деятельности	**Основная литература** Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. —

	Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 c. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/81824
	Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 c. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112
	Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 c. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95335
	Дополнительная литература
	Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 c. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99228.html
	Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742
	Основная литература
Производственная практика (по профилю специальности)	Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 c. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88760
	Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 c. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594
	Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 c. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862
	Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 c. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/81824
	Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 c. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст :

электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86471

Дополнительная литература

Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Н. Н. Зюзина. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 77 с. — ISBN 978-5-88247-925-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/88795

Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/86143

Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 с. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112

Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742

Журналы:

Реклама. Теория и практика.

РЕ и реклама. Практические аспекты

Управление продажами

IT NEWS/НОВОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. Современная конкуренция М. Синергия пресс 2021 https://profspo.ru/magazines/11778

2 Стратегии бизнеса М. Реальная экономика 2021 https://profspo.ru/magazines/106278

3. Бюллетень науки и практики М. ИЦ Наука и практика 2021 https://profspo.ru/magazines/49817

4. Дисскусия М. Институт современных технологий управления 2021 https://profspo.ru/magazines/34746

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (http://www.mfua.ru/sveden/obj ects/#objects).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Демонстрировать умения при выборе и использовании инструментов, оборудования, изобразительных средств и материалов.	Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, экзамен по модулю
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, экзамен по модулю

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Оценка результатов самостоятельной работы
	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.	
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;	
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Самостоятельная работа.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;	
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде	

	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля; Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.

Приложение 1

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
Субъекты рекламной деятельности» Составить сравнительную таблицу «Права и обязанности субъектов рекламной деятельности»	Решение ситуационных задач
Круглый стол на тему «Использование и правовая защита интеллектуальной собственности в рекламной деятельности»	Круглый стол
Разработка мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта. Анализ рынка сбыта. Планирование личной продукции.	Круглый стол

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовлениям рекламного продукта

по специальности
42.02.01 Реклама
базовой подготовки

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта профессионального образования (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 26 июня 2014 г. № 32859

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (ВД) **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

Рабочая программа профессионального модуля может использоваться при разработке программы по дополнительному профессиональному образованию и профессиональной подготовке работников в области рекламы. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

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

работать с рекламой в средствах массовой информации;

проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

проводить презентацию рекламного продукта;

подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

основные принципы работы 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 программы профессионального модуля:

всего - 165 ч, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 93 ч, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 62 ч;

самостоятельной работы обучающегося - 31 ч;

производственной практики (по профилю специальности) - 2 недели (72 ч), в том числе в форме практической подготовки - 2 недели (72 ч).

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта,** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	**ЛР 2**
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского	**ЛР 3**

общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	**ЛР 4**
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	**ЛР 5**
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	**ЛР 13**
Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	**ЛР 14**
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	**ЛР 15**

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности) часов
				Всего, часов	в т. ч. практические занятия, часов	в т. ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	в т. ч. курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 4.1-4.3	МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	93		62	7	-	31	-	-	
ПК 4.1-4.3	Производственная практика, (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки	72	72							72
Всего:		165	72	62	7	-	31	-	-	72

3.2. Тематический план профессионального модуля (заочная форма обучения)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности) часов
				Всего, часов	в т. ч. практические занятия, часов	в т. ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	в т. ч. курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 4.1-4.3	МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	93		62	7	-	31	-	-	
ПК 4.1-4.3	Производственная практика, (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки	72	72							72
Всего:		174	165	72	62	7	-	31	-	-

3.3. Содержание обучения по профессиональному модулю (очная форма обучения)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта			
МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности			
Тема 1. Рекламная кампания	**Содержание**	2	
	1. **Введение. Планирование рекламной кампании** Классификация рекламных кампаний. Планирование рекламных мероприятий. Цели рекламной кампании. Этапы разработки рекламной кампании. Представление плана рекламной кампании клиенту.		2
	Практическое занятие	**4**	
	Определение стратегии рекламной кампании рабочей группы	2	
	Определение этапов и сроков рекламной кампании	2	
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала Составить глоссарий по теме Познакомиться с примерами реализованных рекламных кампаний и подготовить сообщение	**2**	
	Содержание		
	2. **Создание рекламного продукта** Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта.	2	2
	Практическое занятие		
	Разработка товарного знака. Разработка слогана.	4	
	Самостоятельная работа Составить глоссарий по теме Сделать подборку материалов по рекламе аналогичного объекта рекламы и подготовить отчёт	**4**	
Тема 2. Медиапланирование	**Содержание**	2	
	1. **Основы медиапланирования** Медиапланирование и медиастратегия компании. Медиапланирование: основные термины и показатели.		2
	Практическое занятие		
	Решение задач по расчету индексов медиапланирования	4	
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала	**4**	

	Составить глоссарий по теме Подобрать медиапланы российских и зарубежных компаний, и дать им оценку с позиции достигнутых медиапараметров			
	Содержание			
	2	**Выбор видов рекламы и средств её размещения.** Разработка и выбор средств распространения рекламы. Ценообразование в области размещения рекламной продукции. Разработка плана-графика размещения рекламы. Представление медиаплана заказчику.	6	3
	Практическое занятие		4	
	Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования. Подготовка медиапланов в рабочих группах.			
	Самостоятельная работа Обзор расценок на услуги рекламных агентств на территории г. Москвы, выполненное задание представить в виде таблицы Проанализировать соотношение ценовых тарифов на российском рекламном рынке с ценами на рекламу в других странах, выполненное задание представить в виде таблицы		**4**	
Тема 3. **Рекламный бюджет**	**Содержание**			
	2.	**Рекламный бюджет** Общие положения о рекламном бюджете. Методы формирования рекламного бюджета. Планирование и разработка рекламного бюджета.	4	3
	Практическое занятие		6	
	Расчёт затрат на производство рекламы. Определение размера рекламного бюджета по различным методикам.			
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала Составить глоссарий по теме Подобрать материалы по бюджетам российских и зарубежных рекламодателей. Проанализировать их, определить предпочтения в выборе рекламных носителей, а также приоритеты по срокам проведения рекламных кампаний		**4**	
Тема 4. **Оценка эффективности рекламы**	**Содержание**			
	1.	**Оценка эффективности рекламы** Проблема оценки эффективности рекламы. Понятие эффективности рекламы и ее составляющие. Экономическая эффективность и ее критерии. Рентабельность рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.	4	2
	Практическое занятие		6	
	1. Расчёт экономической эффективности рекламы. 2. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы. 3. Оптимизация рекламного бюджета.			
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала		**4**	

	Составить глоссарий по теме Подобрать рекламные материалы, характеризующие наименее и наиболее эффективные рекламные кампании		
Тема 5 Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации в рекламе	**Содержание**	2	
	1. **Авторское право на рекламу.** Объекты авторского права в рекламе. Авторы. Ответственность за нарушение авторских прав. Автор-		2
	Практическое занятие	4	
	Case studies: Разбор и анализ ситуаций и примеров из реальной практики		
	Самостоятельная работа Составить таблицу «Ответственность за нарушение авторских прав, смежных прав, прав на товарный знак» на основании Гражданского кодекса (часть IV), Кодекса об административных нарушениях и Уголовного кодекса. Составить глоссарий по теме	**4**	
	Содержание		
	2. **Регистрации авторских прав.** Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав. Правила регистрации авторского права. Международная регистрация прав Copyright.	2	2
	Практическое занятие	4	
	Формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт		
	Самостоятельная работа Составить алгоритм процедуры регистрации авторского права Обзор стоимости услуг по регистрации авторского права Составить глоссарий по теме	**4**	
	3. **Торговый знак в рекламе.** Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак.	2	2
	Практическое занятие	4	
	Формирование пакета документов, необходимых для регистрации товарного знака		
	Самостоятельная работа	**4**	
	Составить алгоритм процедуры регистрации товарного знака Обзор стоимости услуг по регистрации товарного знака Составить глоссарий по теме		
Дифференцированный зачет		**2**	

Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки (Разработка и защита проекта «Рекламная кампания») **Виды работ:** 1. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара 2.Анализ состояния рынка 3. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя) 4.Разработка стратегии и тактики проведения рекламной кампании 5.Определить цели и концепцию рекламной кампании, виды рекламы 6.Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей 7.Составить план творческих работ 8.Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы 9.Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта 10. Составить план-график проведения рекламной кампании 11. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет) 12. Определить эффективность рекламной кампании 13. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта 14. Подготовить документацию для регистрации авторских прав 15. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана 16. Подготовить презентацию проекта и защитить его.	**72**	
Всего	**174**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или пол руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3.4. Содержание обучения по профессиональному модулю (заочная форма обучения)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта			
МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности			
Тема 1. Рекламная кампания	**Содержание**	1	
	1. **Введение. Планирование рекламной кампании** Классификация рекламных кампаний. Планирование рекламных мероприятий. Цели рекламной кампании. Этапы разработки рекламной кампании. Представление плана рекламной кампании клиенту.		2
	Практическое занятие	**2**	
	2 Определение стратегии рекламной кампании рабочей группы	1	
	3 Определение этапов и сроков рекламной кампании	1	
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала Составить глоссарий по теме Познакомиться с примерами реализованных рекламных кампаний и подготовить сообщение	**9**	
	Содержание		
	4 **Создание рекламного продукта** Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта.	1	2
	Практическое занятие		
	5 Разработка товарного знака. Разработка слогана.	1	
	Самостоятельная работа Составить глоссарий по теме Сделать подборку материалов по рекламе аналогичного объекта рекламы и подготовить отчёт	**9**	
Тема 2. Медиапланирование	**Содержание**	1	
	6 **Основы медиапланирования** Медиапланирование и медиастратегия компании. Медиапланирование: основные термины и показатели.		2
	Практическое занятие		
	7 Решение задач по расчету индексов медиапланирования	1	
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала	**10**	

	Составить глоссарий по теме Подобрать медиапланы российских и зарубежных компаний, и дать им оценку с позиции достигнутых медиапараметров			
	Содержание			
	8	**Выбор видов рекламы и средств её размещения.** Разработка и выбор средств распространения рекламы. Ценообразование в области размещения рекламной продукции. Разработка плана-графика размещения рекламы. Представление медиаплана заказчику.	1	3
	Практическое занятие		1	
	9. Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования. Подготовка медиапланов в рабочих группах.			
	Самостоятельная работа Обзор расценок на услуги рекламных агентств на территории г. Москвы, выполненное задание представить в виде таблицы Проанализировать соотношение ценовых тарифов на российском рекламном рынке с ценами на рекламу в других странах, выполненное задание представить в виде таблицы		**9**	
Тема 3. **Рекламный бюджет**	**Содержание**			
	10	**Рекламный бюджет** Общие положения о рекламном бюджете. Методы формирования рекламного бюджета. Планирование и разработка рекламного бюджета.	1	3
	Практическое занятие		1	
	11. Расчёт затрат на производство рекламы. Определение размера рекламного бюджета по различным методикам.			
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала Составить глоссарий по теме Подобрать материалы по бюджетам российских и зарубежных рекламодателей. Проанализировать их, определить предпочтения в выборе рекламных носителей, а также приоритеты по срокам проведения рекламных кампаний		**9**	
Тема 4. **Оценка эффективности рекламы**	**Содержание**			
	12.	**Оценка эффективности рекламы** Проблема оценки эффективности рекламы. Понятие эффективности рекламы и ее составляющие. Экономическая эффективность и ее критерии. Рентабельность рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.	1	2
	Практическое занятие		1	
	13. Расчёт экономической эффективности рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы. Оптимизация рекламного бюджета.			
	Самостоятельная работа Выполнить маркировку лекционного материала		**9**	

	Составить глоссарий по теме Подобрать рекламные материалы, характеризующие наименее и наиболее эффективные рекламные кампании		
Тема 5 Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации в рекламе	**Содержание**	1	
	14. **Авторское право на рекламу.** Объекты авторского права в рекламе. Авторы. Ответственность за нарушение авторских прав. Автор-		2
	Практическое занятие	1	
	15. Case studies: Разбор и анализ ситуаций и примеров из реальной практики		
	Самостоятельная работа Составить таблицу «Ответственность за нарушение авторских прав, смежных прав, прав на товарный знак» на основании Гражданского кодекса (часть IV), Кодекса об административных нарушениях и Уголовного кодекса. Составить глоссарий по теме	**10**	
	Содержание		
	16. **Регистрации авторских прав.** Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав. Правила регистрации авторского права. Международная регистрация прав Copyright.	1	2
	Практическое занятие	1	
	17. Формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт		
	Самостоятельная работа Составить алгоритм процедуры регистрации авторского права Обзор стоимости услуг по регистрации авторского права Составить глоссарий по теме	**8**	
	18. **Торговый знак в рекламе.** Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак.	1	2
	Практическое занятие	1	
	19. Формирование пакета документов, необходимых для регистрации товарного знака		
	Самостоятельная работа	**9**	
	Составить алгоритм процедуры регистрации товарного знака Обзор стоимости услуг по регистрации товарного знака Составить глоссарий по теме		
Дифференцированный зачет		**1**	

Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки (Разработка и защита проекта «Рекламная кампания») **Виды работ:** 1. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара 2.Анализ состояния рынка 3. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя) 4.Разработка стратегии и тактики проведения рекламной кампании 5.Определить цели и концепцию рекламной кампании, виды рекламы 6.Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей 7.Составить план творческих работ 8.Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы 9.Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта 10. Составить план-график проведения рекламной кампании 11. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет) 12. Определить эффективность рекламной кампании 13. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта 14. Подготовить документацию для регистрации авторских прав 15. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана 16. Подготовить презентацию проекта и защитить его.	**72**	
Всего	**174**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или пол руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	Кабинет экономики и менеджмента учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	Кабинет экономики и менеджмента учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс» Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в

	электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
	Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 c. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/95594

Мальшина, Н. А. Менеджмент : учебное пособие для СПО / Н. А. Мальшина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 100 c. — ISBN 978-5-4486-0354-9, 978-5-4488-0199-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/76994

Панцуркина, Т. К. Основы менеджмента : учебное пособие для СПО / Т. К. Панцуркина. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 133 c. — ISBN 978-5-4488-0808-1, 978-5-4497-0472-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/96023

Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 c. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862

Дополнительная литература

Богомолова, Е. В. Менеджмент : учебное пособие для СПО / Е. В. Богомолова, И. А. Черникова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 97 c. — ISBN 978-5-88247-963-2, 978-5-4488-0762-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РИОРобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92831

Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 c. — ISBN 978-5-7638-3733-9. —

Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112

Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742

Российский рекламный рынок : учебное пособие / составители С. А. Корочкова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 52 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/ 102958.html

Производственная практика (по профилю специальности)

Основная литература

Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/95594

Мальшина, Н. А. Менеджмент : учебное пособие для СПО / Н. А. Мальшина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 100 с. — ISBN 978-5-4486-0354-9, 978-5-4488-0199-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/76994

Панцуркина, Т. К. Основы менеджмента : учебное пособие для СПО / Т. К. Панцуркина. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-4488-0808-1, 978-5-4497-0472-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/96023

Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862

Дополнительная литература

Богомолова, Е. В. Менеджмент : учебное пособие для СПО / Е. В. Богомолова, И. А. Черникова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 97 с. — ISBN 978-5-88247-963-2, 978-5-4488-0762-**6.** — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92831

Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 с. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112

Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-

Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО РЕОЕобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/92742

Российский рекламный рынок : учебное пособие / составители С. А. Корочкова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 52 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/ 102958.html

Журналы:

Реклама. Теория и практика.

PR и реклама. Практические аспекты

Управление продажами

IT NEWS/НОВОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1.Современная конкуренция М. Синергия пресс 2021 https://profspo.ru/magazines/11778

2 Стратегии бизнеса М. Реальная экономика 2021 https://profspo.ru/magazines/106278

3. Бюллетень науки и практики М. ИЦ Наука и практика 2021 https://profspo.ru/magazines/49817

4. Дисскусия М. Институт современных технологий управления 2021 https://profspo.ru/magazines/34746

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (http://www.mfua.ru/sveden/obj ects/#objects).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребно-

стей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;

- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Демонстрировать умения при выборе и использовании инструментов, оборудования, изобразительных средств и материалов.	Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, экзамен по модулю
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, экзамен по модулю
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, экзамен по модулю

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы
	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.	
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;	
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Самостоятельная работа.
ОК 5. Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;	
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде	
	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля; Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;	Анализ библиотечного формуляра обучающегося. Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Анкетирование. Собеседование. Практические работы.
	Точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ.	Анкетирование.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Аргументированность оценки информации с использованием информационно -коммуникационных технологий.	Собеседование. Отчет по производственной практике. Практические работы.
	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований	

Приложение 1

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
Мотивация как основа эффективного управления.	Круглый стол.
Составление бизнес плана рекламного агентства.	Кейс.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

для специальности
42.02.01 Реклама
базовой подготовки

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее -СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 26 июня 2014 г. № 32859.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

1.1. Область применения примерной программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения вида деятельности (ВД): Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.
В рамках Ш1ССЗ СПО обучающиеся осваивают рабочую профессию 20032 Агент рекламный и соответствующие профессиональные компетенции (ПК):

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 5.4. Опираться в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиками.
ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
ПК 5.7. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
ПК 5.8. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.
ПК 5.9. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.10. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.
ПК 5.11. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.
ПК 5.12 Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
ПК 5.13. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована при организации повышения квалификации и курсов дополнительного профессионального образования, опыт работы не требуется

1.2. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:
иметь практический опыт:
организации деятельности по работе с заказчиком по размещению и сопровождению заказа.
уметь:
осуществлять классификацию/сегментирование и поиск заказчиков;
организовывать работу по получению и оформлению заказа;
презентовать готовый рекламный продукт заказчику;
создавать творческий бриф;
формировать заказ на проведение фотосъемки;
проводить фотосъемку (по брифу);

обрабатывать и сохранять полученные фотоизображения в компьютере;
печатать цифровые фотографии и записывать их на цифровой носитель;
проводить презентацию фотографий заказчику;
компоновать текстовую рекламу;
исполнять статические и динамические графические изображения элементов рекламного обращения;
создавать анимированные рисованные объекты и видео вставки;
создавать рекламный баннер;
создавать, сохранять и размещать презентации в Интернет;
создавать и оформлять документы в текстовых редакторах;
использовать ресурсы Интернет при работе с заказчиком.
знать:
структуру и содержание деятельности рекламного агентства и отделов рекламы;
структуру творческого брифа;
необходимый перечень, состав и характеристики оборудования, техники и расходных материалов для выполнения фотосъемки, компьютерной обработки и цифровой печати фотоизображений;
базовые теоретические принципы построения рекламных текстов (заголовков, подписей, слоганов);
основные элементы устной презентации творческой идеи и результатов ее воплощения;
базовые и сравнительные характеристики используемых в ходе практики компьютерных программ и приложений;
сравнительные характеристики основных поисковых систем в сети Интернет.

1.3. Количество часов на освоение примерной программы профессионального модуля:
всего - 391 ч, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося -183 ч, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 122ч;
самостоятельной работы обучающегося - 61 ч;
учебной практики - 3 недели (108 ч), в том числе в форме практической подготовки - 3 недели (108 ч).

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности (ВД) **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих,** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 5.4	Опираться в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.5.	Вести переговоры с заказчиками.
ПК 5.6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
ПК 5.7.	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
ПК 5.8.	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.
ПК 5.9.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.10.	Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.
ПК 5.11.	Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.
ПК 5.12.	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
ПК 5.13.	Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**

Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	**ЛР 2**
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	**ЛР 3**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	**ЛР 4**
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	**ЛР 5**
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	**ЛР 13**
Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	**ЛР 14**
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	**ЛР 15**

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 5.1. -5.4.	МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"	183	122	122	122	-	61	-		
ПК 5.1. -5.6.	Производственная практика, в том числе в форме практической подготовки	108	108						108	-
	Всего:	391	230	122	122	-	61	-	108	-

3.2. Тематический план профессионального модуля (заочная форма обучения)

Код профессио-нальных компетенций	Наименования разделов профессио-нального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производ-ственная (по профилю специально-сти), часов
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 5.1. -5.4.	МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"	183	122	122	122	-	61	-		
ПК 5.1. -5.6.	Производственная практика, в том числе в форме практической подготовки	108	108						108	-
	Всего:	371	391	230	122	122	-	61	-	108

3.3. Содержание обучения по профессиональному модулю (очная форма обучения)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены),* виды работ на практике		Объем, часов	Уровень усвоения
ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям должностям служащих				
Раздел 1. Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов				
Тема 1.1. Рекламная деятельность по поиску и привлечению клиентов	**Содержание**		**4**	2
	1	Участники рекламного процесса. Основные и второстепенные участники. Профессии в рекламе.	2	
	2	Рекламные агентства. Рекламные агентства и отделы рекламы. Структура рекламного агентства и отделов рекламы.	2	
	Практические занятия		**26**	
	3	**Рекламодатель: Заказчик рекламы. Поиск клиентов** **Работа с заказчиком:** Основные понятия: конкурс, договор, бриф; Распределение работы среди отделов рекламного агентства и сторонней организацией	6	
	4	**Брифование**. Анализ ситуации рекламодателя.	6	
	5	Планирование рекламной деятельности. Разработка ключевых рекламных решений	10	
	6	**Презентация проекта:** Порядок и правила проведения презентации. Представление рекламного проекта заказчику.	4	
Раздел 2. Основы визуальных коммуникаций в рекламных акциях				
Тема 2.1. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии	**Содержание**		**6**	2
	1	**Форматы предъявления результатов планирования рекламы**	2	
	2	Разработка рекламного продукта	4	
	Практические занятия		**49**	
	3	**Планирование средств рекламы**	8	
	4	**Работа с визуализацией**. Создание вербальных и визуальных сообщений	10	
	5	**Подготовка рекламных макетов**	8	
	6	Создание вербальных и визуальных сообщений в онлайн-среде	8	
	7	**Организация и проведение презентации заказчику**	8	
	8	**Правовой аспект профессиональной деятельности:** подготовка договора на оказание рекламных услуг	7	
Самостоятельная работа Сделать подборку рекламных обращений современной российской рекламы. Составить рекламное объявление социальных услуг. Фотосъемка и обработка фотографий Поиск информации по теме в сети Интернет Подготовка презентаций, сообщений			**43**	
Тема 2.2. Композиция простых рекламных сообщений,	**Практические занятия**		**46**	
	1	**Разработка рекламного текста. Копирайтинг. Создание основного текста.**	14	

текстовые рекламные сообщения	2	**Написание рекламных текстов под запросы рекламодателя: анализ ситуации рекламодателя, разработка рекламных решений, копирайтинг**	8	
	3	**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений. Макетирование рекламы. Применение различных композиционных методов в макетировании рекламного сообщения. Подготовка и презентация работы.**	24	
Раздел 3. Организация и ведение про(		**ессиональной деятельности с использованием компьютерных технологий.**		
Тема 3.1. Компьютерные тех- нологии в деятельности Агента рекламного	**Практические занятия**		**44**	
	1	**Использование мультимедийных и анимационных возможностей презентации рекламного проекта**	14	
	2	**Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ.**	14	
	3	**Разработка рекламного проекта и его реализация в среде онлайн**	16	
Самостоятельная работа Сделать подборку рекламных агентств полного цикла. Подборка и анализ рекламных материалов по проводимым рекламным мероприятиям в г. Москва Подготовить анализ рекламодателей Проанализировать рынок социальной рекламы. Поиск информации о креативных рекламных кейсах в сети Интернет Подготовка презентаций, сообщений			**45**	
Производственная практика по разделу 1, в том числе в форме практической подготовки **Виды работ:** 1. Осуществление работы по поиску и привлечению клиентов. 2. Осуществление работы с клиентской базой. 3. Оформление заказа с применением офисной оргтехники. 4. Составление договора, с учетом применения правовых знаний. 5. Определение типа брифа и составление брифа с заказчиком. 6. Ведение переговоров с заказчиком при составлении брифа и заключении договора. 7. Разработка рекламного проекта на основе ранее сформулированного задания (по брифу). 8. Анализ рекламодателя, разработка рекламных решений. 9. Планирование рекламной деятельности. 10.Создание вербальных и визуальных сообщений. 11. Организация и проведение презентации идеи готового рекламного проекта.			**36**	
Производственная практика по разделу 2, в том числе в форме практической подготовки **Виды работ:** 1. Составление творческого брифа. 2. Постановка задач, определение каналов размещения рекламы. 3. Определение рекламной концепции. 4. Подготовка визуальных материалов для рекламного проекта. 5. Написание рекламного текста с учетом различных типов рекламы. 6. Создание слогана.			**36**	

7. Создание рекламных макетов и мокапов. 8. Подготовка изобразительных материалов для визуального образа объекта рекламирования. 9. Разработка визуального имиджа объекта рекламирования. 10. Организация и проведение презентации рекламного проекта.		
Производственная практика по разделу 3, в том числе в форме практической подготовки **Виды работ:** 1. Составление перечня из не менее 3 -х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора 2. Подготовка нативной статьи для публикации в социальных медиа 3. Публикация статьи в социальных медиа 4. Настройка таргетингового продвижения сайта в социальных медиа 5. Краткое описание стратегии (настроек) продвижения сообщения в социальных медиа и обоснование выбора KPI (включая расходную составляющую) 6. разработки РК (слайд-шоу, видео, 7. анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией 8. Разработка оригинального дизайна презентации. 9. Определение контента содержания презентации. 10. Создание в презентации графики/инфографики. 11. Создание и применение в презентации слайд-шоу, видео, анимации, скрайбинга и других форм визуализации. 12. Проведение презентации, публичная защита. 13. Сохранение презентации как видеозапись.	**36**	
Всего	**263**	

Для характеристики уровня усвоения учебного материала целесообразно использовать следующие обозначения:
1 - ознакомительный - (теоретический обзор материалов курса);
2 - репродуктивный - (выполнение заданий по практике);
3 - продуктивный - (самостоятельные творческое задания).

3.4. Содержание обучения по профессиональному модулю (заочная форма обучения)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены),* виды работ на практике		Объем, часов	Уровень усвоения
ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям должностям служащих				
Раздел 1. Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов			**9**	
Тема 1.1. Рекламная деятельность по поиску и привлечению клиентов	**Содержание**			2
	1	Участники рекламного процесса. Основные и второстепенные участники. Профессии в рекламе.	4	
	2	Рекламные агентства. Рекламные агентства и отделы рекламы. Структура рекламного агентства и отделов рекламы.	4	
	Практические занятия			
	3	Рекламодатель: Заказчик рекламы. Поиск клиентов. Работа с заказчиком: Основные понятия: конкурс, договор, бриф; Распределение работы среди отделов рекламного агентства и сторонней организацией	1	
Раздел 2. Основы визуальных коммуникаций в рекламных акциях			**133**	
Тема 2.1. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии	**Содержание**			2
	1	Форматы предъявления результатов планирования рекламы	5	
	2	Разработка рекламного продукта	5	
	Практические занятия			
	3	Планирование средств рекламы	2	
Самостоятельная работа Брифование. Анализ ситуации рекламодателя. Планирование рекламной деятельности. Разработка ключевых рекламных решений. Презентация проекта: Порядок и правила проведения презентации. Представление рекламного проекта заказчику. Работа с визуализацией. Создание вербальных и визуальных сообщений. Подготовка рекламных макетов. Создание вербальных и визуальных сообщений в онлайн-среде. Организация и проведение презентации заказчику. Правовой аспект профессиональной деятельности: подготовка договора на оказание рекламных услуг. Сделать подборку рекламных обращений современной российской рекламы. Составить рекламное объявление социальных услуг. Фотосъемка и обработка фотографий Поиск информации по теме в сети Интернет Подготовка презентаций, сообщений			**120**	
Тема 2.2. Композиция простых рекламных сообщений, текстовые рекламные сообщения	**Практические занятия**			
	1	Разработка рекламного текста. Копирайтинг. Создание основного текста.	1	

Раздел 3. Организация и ведение про(		**ессиональной деятельности с использованием компьютерных технологий.**	**121**	
Тема 3.1. Компьютерные технологии в деятельности Агента рекламного	**Практические занятия**			
	1	Использование мультимедийных и анимационных возможностей презентации рекламного проекта	2	
Самостоятельная работа Написание рекламных текстов под запросы рекламодателя: анализ ситуации рекламодателя, разработка рекламных решений, копирайтинг. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений. Макетирование рекламы. Применение различных композиционных методов в макетировании рекламного сообщения. Подготовка и презентация работы. Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ. Разработка рекламного проекта и его реализация в среде онлайн. Сделать подборку рекламных агентств полного цикла. Подборка и анализ рекламных материалов по проводимым рекламным мероприятиям в г. Москва Подготовить анализ рекламодателей Проанализировать рынок социальной рекламы. Поиск информации о креативных рекламных кейсах в сети Интернет Подготовка презентаций, сообщений			**119**	
Производственная практика по разделу 1, в том числе в форме практической подготовки **Виды работ:** 1. Осуществление работы по поиску и привлечению клиентов. 2. Осуществление работы с клиентской базой. 3. Оформление заказа с применением офисной оргтехники. 4. Составление договора, с учетом применения правовых знаний. 5. Определение типа брифа и составление брифа с заказчиком. 6. Ведение переговоров с заказчиком при составлении брифа и заключении договора. 7. Разработка рекламного проекта на основе ранее сформулированного задания (по брифу). 8. Анализ рекламодателя, разработка рекламных решений. 9. Планирование рекламной деятельности. 10. Создание вербальных и визуальных сообщений. 11. Организация и проведение презентации идеи готового рекламного проекта.			**36**	
Производственная практика по разделу 2, в том числе в форме практической подготовки **Виды работ:** 1. Составление творческого брифа. 2. Постановка задач, определение каналов размещения рекламы. 3. Определение рекламной концепции. 4. Подготовка визуальных материалов для рекламного проекта. 5. Написание рекламного текста с учетом различных типов рекламы. 6. Создание слогана. 7. Создание рекламных макетов и мокапов. 8. Подготовка изобразительных материалов для визуального образа объекта рекламирования.			**36**	

9. Разработка визуального имиджа объекта рекламирования. 10. Организация и проведение презентации рекламного проекта.		
Производственная практика по разделу 3, в том числе в форме практической подготовки **Виды работ:** 14. Составление перечня из не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора 15. Подготовка нативной статьи для публикации в социальных медиа 16. Публикация статьи в социальных медиа 17. Настройка таргетингового продвижения сайта в социальных медиа 18. Краткое описание стратегии (настроек) продвижения сообщения в социальных медиа и обоснование выбора KPI (включая расходную составляющую) 19. разработки РК (слайд-шоу, видео, 20. анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией 21. Разработка оригинального дизайна презентации. 22. Определение контента содержания презентации. 23. Создание в презентации графики/инфографики. 24. Создание и применение в презентации слайд-шоу, видео, анимации, скрайбинга и других форм визуализации. 25. Проведение презентации, публичная защита. 26. Сохранение презентации как видеозапись.	**36**	
Всего	**263**	

Для характеристики уровня усвоения учебного материала целесообразно использовать следующие обозначения:

1 - ознакомительный - (теоретический обзор материалов курса);

2 - репродуктивный - (выполнение заданий по практике);

3 - продуктивный - (самостоятельные творческое задания).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя - столы ученические - кресла с регулируемой высотой - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МИТУ-МАСИ - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows, Microsoft Office ,Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security, Информационно-справочная система «Консультант - плюс» iTALC (Свободно распространяемое ПО), Microsoft Visio, AnyLogic(Свободно распространяемое ПО), ArgoUML(Свободно распространяемое ПО), ARIS EXPRESS(Свободно распространяемое ПО), Ег\\1п(С'вободно распространяемое ПО), Inkscape (Свободно распространяемое ПО), Maxima(Свободно распространяемое ПО), Microsoft SQL Server Management Studio(Свободно распространяемое ПО), MPLAB(Свободно распространяемое ПО), Notepad++(Свободно распространяемое ПО), Oracle VM Virtual Box (Свободно распространяемое ПО), Paint .KET(C'вободно распространяемое ПО), SciLab (Свободно распространяемое ПО), WinAsm (Свободно распространяемое ПО), GNS3(Свободно распространяемое ПО), DipTrace (Adobe Acrobat, (Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop Adobe Premiere Pro Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно - библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"	Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - доска - стол преподавателя - кресло для преподавателя

	- столы ученические - кресла с регулируемой высотой - класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МИТУ-МАСИ - демонстрационное оборудование - проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows, Microsoft Office ,Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security, Информационно-справочная система «Консультант - плюс» iTALC (Свободно распространяемое ПО), Microsoft Visio, AnyLogic(Свободно распространяемое ПО), ArgoUML(Свободно распространяемое ПО), ARIS EXPRESS(Свободно распространяемое ПО), Ег\\1п(С'вободно распространяемое ПО), Inkscape (Свободно распространяемое ПО), Max1та(Свободно распространяемое ПО), Microsoft SQL Server Management Studio(Свободно распространяемое ПО), MPLAB(Свободно распространяемое ПО), Notepad++(Свободно распространяемое ПО), Oracle VM Virtual Box (Свободно распространяемое ПО), Paint .ЯЕТ(Свободно распространяемое ПО), SciLab (Свободно распространяемое ПО), WinAsm (Свободно распространяемое ПО), GNS3(Свободно распространяемое ПО), DipTrace (Adobe Acrobat,(Adobe, Adobe InDesign, Adobe Adobe Premiere Pro
	Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно - библиотечную систему **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»
	Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду **Лицензионное ПО и базы данных**: Microsoft Windows Microsoft Office Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security Информационно-справочная система «Консультант - плюс»

4.2. Информационное обеспечение обучения
Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"

Основная литература

Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 c. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/95594

Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 c. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112

Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/92742

Бердышев, С. Н. Рекламное агентство. С чего начать? / С. Н. Бердышев. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 168 c. — ISBN 978-5-394-03257-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83125.html

Дополнительная литература

Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 c. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/81824

Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 c. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/95335

Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 c. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862

Планирование и организация рекламных и PR-кампаний : учебное пособие / составители А. В. Ларина. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 84 c. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/ 102947.html (

Основная литература

Учебная практика

Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 c. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/95594

Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 c. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/84112

Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/92742

Бердышев, С. Н. Рекламное агентство. С чего начать? / С. Н. Бердышев. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 168 c. — ISBN 978-5-394-03257-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83125.html

Дополнительная литература

Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 c. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/81824

Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 c. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https: //profspo.ru/books/953 35

Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 c. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/87862

Планирование и организация рекламных и PR-кцмпаний : учебное пособие / составители А. В. Ларина. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 84 c. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/ 102947.html (

Журналы:

Реклама. Теория и практика.

PR и реклама. Практические аспекты

Управление продажами

IT NEWS/НОВОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1.Современная конкуренция М. Синергия пресс 2021 https://profspo.ru/magazines/11778
2 Стратегии бизнеса М. Реальная экономика 2021 https://profspo.ru/magazines/106278
3. Бюллетень науки и практики М. ИЦ Наука и практика
2021 https://profspo.ru/magazines/49817
4. Дисскусия М. Институт современных технологий
управления 2021 https://profspo.ru/magazines/34746

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (http://www.mfua.ru/sveden/obj ects/#objects).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	знание способов поиска и привлечения клиентов; умение взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения. уметь осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры	Фронтальный и индивидуальный устный опрос; оценка выполнения практических занятий; -участие в ролевых играх; - дифференцированные зачеты по учебной практике игровое моделирование «Переговоры с рекламодателями»
ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	знание видов акций по стимулированию сбыта и оказанию услуг; умение разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта; умение использовать компьютерную технику при разработке рекламных средств для проведения рекламных акций	Фронтальный и индивидуальный устный опрос; оценка выполнения практических занятий; создание, редактирование рекламных текстов
ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком	- знание правил ведения переговоров с клиентом (заказчиком) и умение их применять на практике; знание правил ведения переговоров по телефону и умение применять их в практической деятельности; умение разрабатывать скрипты диалогов при ведении переговоров	- Фронтальный и индивидуальный устный опрос; оценка выполнения практических занятий; -участие в ролевых играх
ПК 5.4. Опираться в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	знание основных элементов презентации товаров и услуг; знание способов ведения эффективной презентации; - умение разрабатывать презентацию товаров и услуг с помощью программного обеспечения	Фронтальный и индивидуальный устный опрос; дифференцированные зачеты по учебной практике -участие в ролевых играх
ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиком	знание основных средств компьютерной обработки информации при работе с клиентом; умение использовать компьютерные знание различных видов оргтехники, применяемых в своей работе агентом	Фронтальный и индивидуальный устный опрос; дифференцированные зачеты по учебной практике

ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.	Демонстрация умения пользоваться ресурсами Интернет при работе с заказчиком; Быстрота, правильность создания и оформления документов в текстовых редакторах;	Наблюдение и экспертная оценка деятельности на учебной практике
ПК 5.7. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта	- знание правил ведения переговоров с клиентом (заказчиком) и умение их применять на практике; знание правил ведения переговоров по телефону и умение применять их в практической деятельности; умение разрабатывать скрипты диалогов при ведении переговоров	- Фронтальный и индивидуальный устный опрос; оценка выполнения практических занятий; -участие в ролевых играх
ПК 5.8. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.	Быстрота и правильность составления, оформления и компоновки текстовой рекламы.	Экспертная оценка текстов рекламных объявлений, изготовленных на учебной практике
ПК 5.9. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Качество исполнения заданий и соответствие брифу Быстрота и качество проведения фотосъемки (по брифу).	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения на учебной практике
ПК 5.10. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.	Демонстрация умения быстро и правильно создавать, сохранять и размещать презентации в Интернет. Правильность создания и проведения презентаций фотографий заказчику с использованием сетевых технологий.	Наблюдение и экспертная оценка деятельности студента в процессе обучения на учебной Тестовые задания
ПК 5.11. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.	Демонстрация умения создавать творческий бриф с использованием компьютера. Правильность компоновки текстовой рекламы для различных носителей; Демонстрация умения создавать рекламный баннер. Демонстрация умения создавать, сохранять в нужном формате и размещать презентации в Интернет.	Тестовые задания на знание основных программ, форматов. Наблюдение и экспертная оценка деятельности студента в процессе обучения на учебной практике
ПК 5.12 Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	Демонстрация организации связи со средствами массовой информации.	Наблюдение и экспертная оценка деятельности студента в процессе обучения на учебной практике.
ПК 5.13. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.	Демонстрация умения обрабатывать и сохранять полученные фотоизображения в компьютере; Демонстрация умения печатать цифровые фотографии и записывать их на цифровой носитель; Быстрота и качество исполнения статические и динамические графические изображения элементов рекламного обращения. Демонстрация умения создавать рекламный баннер с использованием различных технологий; Демонстрация умения создавать, сохранять и размещать презентации в Интернет в нужном формате.	Экспертная оценка изображений, изготовленных на учебной практике Тестовые задание на знание основных приемов и форматов получения и хранения информации

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	проявление стабильного интереса к профессиональной деятельности; высокий уровень мотивации и готовности к творческой деятельности по выбранной специальности; наличие положительных отзывов по итогам производственной деятельности; участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах и т.п.	Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной практик
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламных конструкций; демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Формы контроля: фронтальный; групповой; индивидуальный; -самоконтроль.
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Методы контроля: опрос; -зачет по практическим занятиям; защита проекта;
ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование дополнительной литературы по дизайну и рекламной деятельности, эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	-подготовка презентаций; - защита рефератов; -дифференцированный зачет по учебной практике
ОК 05. Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- выбор информационно- коммуникационных технологий для решения задач в профессиональной деятельности в области построения эскизов конструкции.	Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной практике
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с участниками производственного процесса: обучающимися, преподавателя- ми, мастерами производственного обучения, рабочими и руководителями предприятий при прохождение производственной практики	Формы контроля: фронтальный; групповой; индивидуальный; -самоконтроль.
ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за работу подчиненных, оказание помощи студента студенту, со- переживание каждого за результат выполнения заданий	Методы контроля: опрос; -зачет по практическим занятиям; защита проекта; -подготовка презентаций; защита рефератов; -дифференцированный зачет по учебной практике
ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня через разработку творческих проектов, участие в семинарах практикумах, в конкурсах профмастерства.	

ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности: модным тенденциям в мире рекламы, актуальным разработкам по дизайну рекламной продукции.	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности:	

Приложение 1

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
Правовое регулирование рекламной деятельности.	Круглый стол.
Найти позитивные и негативные характеристики размещения рекламы в печатных и электронных СМИ.	Кейс.
Этапы планирования рекламной кампании.	Деловая игра
Коммуникационная кампания бренда. Создание собственных сооружений.	Кейс.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.06 Менеджмент в рекламе

по специальности
42.02.01 Реклама
базовой подготовки

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта профессионального образования (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 26 июня 2014 г. № 32859

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
5.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

1.4. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида деятельности (ВД) **Менеджмент в рекламе** и соответствующих профессиональных
компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

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

Рабочая программа профессионального модуля может использоваться при разработке программы по дополнительному профессиональному образованию и профессиональной подготовке работников в области рекламы. Опыт работы не требуется.

1.5. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:
иметь практический опыт:
планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
подготовки документации для регистрации авторских прав;
уметь:
составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
работать с рекламой в средствах массовой информации;
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
проводить презентацию рекламного продукта;
подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;
знать:
экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
основные принципы работы 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.

1.6. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего - 852 ч, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося -568 ч, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 568 ч;
самостоятельной работы обучающегося - 186 ч;
производственной практики (по профилю специальности) - 2 недели (72 ч), в том числе в форме практической подготовки - 2 недели (72 ч).

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта,** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	**ЛР 2**

Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	**ЛР 3**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	**ЛР 4**
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	**ЛР 5**
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	**ЛР 13**
Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	**ЛР 14**
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	**ЛР 15**

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности) часов
				Всего, часов	в т. ч. практические занятия, часов	в т. ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	в т. ч. курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1-4.3	Основы межкультурной коммуникации	72		48	12	-	24	-	-	
ПК 3.1-4.3	Организация рекламного бизнеса	126		84	20		42			
ПК 3.1-4.3	Коммуникативный менеджмент	54		36	18		18			
ПК 3.1-4.3	Конфликтология	72		48	18		24			
ПК 3.1-4.3	Менеджмент в сфере СМИ и коммуникаций	126		84	28		42			
ПК 3.1-4.3	Введение в систему СМИ и коммуникаций	126		84	28		42			
ПК 3.1-4.3	Психология массовых коммуникаций	102		68	22		34			

ПК 3.1-4.3	Подготовка проведения пиар-акции	54		36	10		18			
ПК 3.1-4.3	Креативный менеджмент	72		48	18		24			
ПК 3.1-4.3	Этика делового общения	48		32	12		16			
ПК 4.1-4.3	Производственная практика, (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки	180	180							180
	Всего:	852	180	568	186	-	284	-	-	180

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«ОСНОВЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ»

Программа подготовки специалистов среднего звена (базовый уровень)

Специальность 42.02.01 РЕКЛАМА

Форма обучения - ОЧНАЯ

Москва 2021

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26 июня 2014 г. N 32859).

Организация-разработчик:
ПО АНО "Международный институт бизнеса и управления"(колледж).

Разработчик программы:
Петросян Эльвира Наримановна,
преподаватель колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы.

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы межкультурной коммуникации» является частью профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 "Реклама".

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, а именно в программах повышения квалификации и переподготовки.

1.2. Учебная дисциплина «Основы межкультурной коммуникации» входит в общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл .

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

Цель дисциплины: овладеть широким кругом вопросов межкультурной коммуникации, социальной компетентностью и социально-психологическим видением человеческой реальности, роли личности, групп в межкультурном пространстве.

В результате освоения учебной дисциплины «Межкультурные коммуникации» обучающийся должен: знать/ понимать:

- цели, задачи и инструментарий межкультурных коммуникаций;
- основные принципы построения эффективных профессиональных коммуникаций в межкультурной среде;
- механизмы деловых коммуникаций;
- основы коммуникативного поведения ключевых участников корпоративных отношений;
- критически оценивать различные теории, школы и подходы, существующие в данной области;
- разбираться в основных проблемах и тенденциях развития современных моделей коммуникации;
- понимать технологию и специфику межкультурной коммуникации; уметь:
- строить эффективные профессиональные коммуникации;
- быть готовыми к кооперации с коллегами в ходе работы;
- анализировать межкультурные коммуникации, представленные в разных знаковых системах (текст, карта, таблица, схема, аудиовизуальный ряд);
- различать в особенности коммуникации с представителями различных культур;
- устанавливать причинно – следственные связи между коммуникационными явлениями, пространственные и временные рамки изучаемых процессов и явлений;

• представлять результаты изучения коммуникационного материала в формах конспекта, реферата, рецензии. использовать приобретённые знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:
• определения собственной позиции по отношению к явлениям современной жизни, исходя из их культурной обусловленности;
• использования навыков коммуникационного контент-анализа при критическом восприятии получаемой извне социальной информации;
• соотнесения своих действий и поступков окружающих с возникшими формами социального-культурного поведения;
• осознания себя как представителя сложившегося гражданского, этнокультурного, конфессионального сообщества, гражданина России.
В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить 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 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
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.
ПК.1.1 – Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 4.1 – Планировать деятельность подразделения.
ПК 4.2 – Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.
Формирование дополнительных профессиональных компетенций (ПК 5.1 – ПК 5.3) у выпускника ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама должно быть реализовано путем освоения учебных дисциплин, междисциплинарных курсов базовой и вариативной частей общепрофессионального и профессионального циклов.
Результаты освоения ППССЗ специальности 42.02.01Реклама в соответствии с целями программы подготовки специалистов среднего звена и задачами профессиональной деятельности определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

2.1.Объем дисциплины "Психология делового общения".

Изучается заочно студентами 3-го курса, обучающихся по направлению 42.02.01 Реклама в течение 7 семестра.

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
лекции	36
практические занятия	12
Самостоятельная работа	
Промежуточная аттестация в форме зачета	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины Основы межкультурной коммуникации

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**2**	**4**
Раздел 1. Культурно-антропологические основы межкультурной коммуникации			*12*	
Тема 1.1. Основы межкультурной коммуникации.	**Содержание учебного материала**		***6***	*1*
	1-2	Понятие коммуникации. Назначение и сущность коммуникации. Проблема аксеологии в теории коммуникации. Связь учебной дисциплины с другими изучаемыми предметами. Обзор структуры курса..	*2*	
	3-4	Обыденное и научное понимание культуры. Локальные культуры. Своеобразие и самобытность культуры. Культура и коммуникация. Необходимость и условия эффективного взаимодействия культур.	*2*	
	5-6	Культура и поведение. Детерминанты поведения в процессе коммуникации. Эмпатия и ее роль в межкультурной коммуникации. Значение культурных ценностей и норм в МКК. Основные виды культурных норм (нравы, обычаи, традиции, обряды)	*2*	*1*
Тема 1.2 Теоретические и методологические основы межкультурной коммуникации	**Содержание учебного материала**		***4***	*1*
	7-8	Сущность функционализма и его значение в МКК. Культурный релятивизм как теоретическая и методологическая основа МКК. Основные методологические подходы и методы изучения межкультурных ситуаций.	*2*	
	9-10	Метод биографической рефлексии. Метод интерактивного моделирования. Метод ролевых игр. Метод самооценки. Метод симуляции.	*2*	*1*
Тема 1.3 Сущность этноцентризма	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	11-12	Понятия «свой» и «чужой» во взаимодействии культур. Природа и сущность этноцентризма. Проблема интерпретации явлений чужой культуры. Культурная, этническая и личная идентичность и их роль в МКК.	*2*	
Раздел 2. Основные положения теории коммуникации. Межкультурная коммуникация.			***6***	
Тема 2.1 Понятие коммуникации и её роль в концепции культуры.	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	13-14	Понятия «коммуникация» и «общение», их отличие и взаимосвязь. Процессный характер коммуникации. Структура им функции элементов коммуникации. Коммуникация и культура. Коллективистские и индивидуалистские культуры	*2*	
Тема 2.2	**Содержание учебного материала**		***4***	*1*

Межличностная коммуникация	15-16	Основные стадии межличностных коммуникации. Установление отношений. Универсальные ценности. Теория А. Пиза, Модель Т. Ньюкомба Развитие отношений..	*2*	*2*
	17-18	Интегративный механизм восприятия человека. Конституциональная школа Э. Кречмера, гуморальная школа Галена, школа К.Леонгарда. Прекращение отношений. Трудные люди Г. Баха и Р. Бремсона. Распространение влияния. Основы теории манипуляции	*2*	*2*
Раздел 3. Социально –психологические аспекты межкультурной коммуникации			**20**	
Тема 3.1 Межкультурная коммуникация	**Содержание учебного материала**		***8***	
	19-20	Понятие и сущность МКК. Типы МКК. Культурная дистанция. Теория редукции неуверенности. Основные теории МКК. Риторическая теория МКК. Конструктивистская теория МКК.	*2*	*1*
	21-22	Теория социальных категорий и обстоятельств. Аксиомы МКК. Основные элементы МКК. Вербальная коммуникация. Язык как элемент культуры. Гипотеза Сэпира—Уорфа.	*2*	*1*
	23-24	Роль языка в межкультурном общении. Контекстуальность коммуникации. Стиль коммуникации и его разновидности (прямой, непрямой, искусный, точный, сжатый, личностный, инструментальный, ситуационный и аффективный)..	*2*	*1*
	25-26	Невербальная коммуникация и ее специфика. Основы невербальной коммуникации. Элементы невербальной коммуникации (кинесика, тактильное поведение, проксемика, хронемика). Паравербальная коммуникация.	*2*	*1*
Тема 3.2 Психологические основы межкультурной коммуникации	**Практическое занятие**		***4***	*1*
	27-28	Основные принципы процесса восприятия. Детерминирующие факторы восприятия (факторы первого впечатления, превосходства, привлекательности, отношения к себе).	*2*	
	29-30	Влияние культуры на восприятие. Понятие и сущность атрибуции. Ошибки атрибуции и роль в МКК. Возникновение межкультурных конфликтов.	*2*	*1*
Тема 3.3 Процесс социальной категоризации и стереотипизации	**Практическое занятие**		***2***	*1*
	31-32	Природа этнокультурных стереотипов. Механизм формирования стереотипов и их функции. Значение стереотипов для МКК. Сущность предрассудков. Типы предрассудков. Корректировка и изменение предрассудков	*2*	
Тема 3.4 Этнические конфликты	**Содержание учебного материала**		***6***	*1*
	33-34	Понятие конфликта, причины, способствующие его возникновению. Виды и функции конфликтов. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Типология конфликтных ситуаций и способы выхода из них.	*2*	
	35-36	Конфликт как универсальная психологическая проблема. Причины возникновения в организации. Вопросы конфликтологии в межкультурной коммуникации.	*2*	

	37-38	Пути выхода и разрешения межкультурных конфликтов. Подбор типичных конфликтных ситуаций в межкультурной коммуникации.	*2*	*1*
Раздел 4. Практика межкультурной коммуникации и освоения чужой культуры.			*4*	
Тема 4.1 Модели освоения чужой культуры	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	39-40	Аккультурация как процесс освоения чужой культуры. Основные формы аккультурации (ассимиляция, сепарация, маргинализация, интеграция). Стратегии аккультурации Аккультурация как коммуникация. Результаты аккультурации.	*2*	
	41-42	Модель освоения чужой культуры М. Беннета. Этноцентристские этапы (отрицание, защита, умаление). Этнорелятивистские этапы (признание, адаптация, интеграция) Понятие межкулътурной компетентности.	*2*	*1*
Тема 4.2 Русская культура в контексте МКК	**Практическое занятие**		**6**	*2*
	43-44	Детерминирующие факторы русской культуры (географический, исторический, религиозный) Стереотипы о русских в Европе. Особенности русской культуры : вербальная коммуникация (приветствие и прощание, приглашение и комплименты, представление и знакомство); невербальная коммуникация (личная дистанция, улыбка, рукопожатие).	*2*	
	45-46	Понятие «русский национальный характер». Роль стереотипов в изучении национального характера. Русский характер как предмет русской общественной мысли. Ценности русской культуры.	*2*	*2*
	47-48	Межкультурный тренинг как способ обучения межкультурной компетентности.	*2*	*2*
Итоговая форма контроля - ЗАЧЕТ				
Лекционные занятия			**36**	
Практические занятия			**12**	
Самостоятельная работа обучающихся				
Всего			**48**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению для реализации программы дисциплины "Основы межкультурной коммуникации" для очного отделения 42.02.01. Реклама требует наличия технических средств обучения обеспечения процесса дистанционного обучения с используются следующие средства дистанционного обучения: специализированные учебники с мультимедийными сопровождениями, электронные учебно-методические комплексы, включающие электронные учебники, учебные пособия, тренинговые компьютерные программы, компьютерные лабораторные практикумы, контрольно-тестирующие комплекты, учебные видеофильмы, аудиозаписи, иные материалы (учебно-методический комплекс).

Оборудование учебного кабинета: рабочее место преподавателя и технические средства обучения: компьютер, мультимедийное оборудование. Учебно-наглядные пособия: плакаты, схемы, чертежи, графики, диаграммы, модели и макеты, презентации.

3.2.Данная программа для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ реализуется с соблюдением следующих условий:
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (меньший объём практических работ и их количество, увеличение сроков подготовки к зачетным работам);
- для лиц с нарушениями слуха (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде);
- для лиц с нарушениями зрения (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде).

Проведение рубежного и промежуточного контроля уровня усвоения знаний по разделам дисциплины, а также предварительного итогового контроля уровня усвоения знаний за семестр рекомендуется проводить в компьютерном классе с использованием автоматизированной обработки результатов тестирования.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1.Даль Э. Введение в межкультурную коммуникацию : учебник / Э. Даль, Э. Р. Хакимов. — Москва : КноРус, 2021. — 359 с. — URL: https://www.book.ru. — Режим доступа: по подписке.

2. Черкашина Г. Г. Язык деловых межкультурных коммуникаций : учебник / под ред. Т. Т. Черкашиной. — Москва : ИНФРА - М, 2019. — 368 с. — URL: http://znanium.com. — Режим доступа: по подписке.
3. Бытовая культура и этикет народов мира: межкультурная коммуникация : учебное пособие для СПО / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 265 с. — (Профессиональное образование). — URL: https://urait.ru. — Режим доступа: по подписке.

Дополнительные источники:

Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие / А. П. Садохин. — Москва : КноРус, 2020. — 254 с. — URL: https://www.book.ru. — Режим доступа: по подписке

Интернет-ресурсы:

1. Эффективное общение - http://psyfactor.org/lybr2-3.htm;
2. Психология общения - http://studme.org/1056041225108/psihologiya/psihologiya_obscheniya;
3. Психология общения - http://www.dgr.ru/psychology/otvety/19.
4. http: www.psycholing. narod. ru – обсуждение проблем психолингвистики и межкультурной коммуникации;
5. http: www.lrc-press.ru – полнотекстовые документы, содержащие статьи и книги ведущих российских ученых в области гуманитарных наук;
6. http://www.eLibrary.ru – электронные научная библиотека, доступ к электронным журналам «Мир лингвистики и коммуникации», «Лингвистика и межкультурная коммуникация» etc.
7. http://www.russcomm.ru/rcabiblio/index.shtml - библиотека Российской коммуникативной ассоциации, доступ к официальному журналу РКА The Russian Journal of Communication (RJoCo).
8. http://www/ aber.ac.uk/media/Functions/mcs/html – один из наиболее полных ресурсов по теории коммуникации.
9. http://www.tolerance.ru – сайт, посвященный проблемам толерантности и экстремизма, текст декларации принципов толерантности.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий и промежуточной аттестацией.
Методы контроля направлены на проверку обучающихся:
– выполнять условия здания на творческом уровне с представлением собственной позиции;
– делать осознанный выбор способов действий из ранее известных;
–осуществлять коррекцию (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий;
– работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы.
Контроль и оценка на основе практических и самостоятельных работ по изучаемым темам, представленные самостоятельно подготовленные сообщения по изученным темам, ответы при устных опросах.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- наличие положительных отзывов с мест производственной практики; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии;	- Наблюдение и оценка непосредственного руководителя при прохождении производственной практики; - экспертная оценка портфолио работ и документов.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- проводить диагностику ситуации; - определять адекватные варианты решения возникающих	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в

	проблем; - выявлять возможные риски; - обосновывать принятие решения;	процессе учебной и производственной практики.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями практики и клиентами в ходе обучения;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 11. Соблюдать деловой этикет, культуру и психологические основы общения, нормы, правила поведения с использованием правил делового этикета, опираясь на нормы и правила поведения в	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями практики и клиентами в ходе обучения,	- экспертная оценка решения ситуационных задач.

официальной обстановке.		

Приложение 1
к Рабочей Программе по дисциплине
Основы межкультурной коммуникации

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
Лекция-беседа. Понятие и основные задачи Основ межкультурной коммуникации. Значимость дисциплины в 21 веке.	Лекция «пресс-конференция». Преподаватель просит студентов письменно в течение 2–3 минут задать ему интересующий каждого из них вопрос по объявленной теме лекции. Далее преподаватель в течение 3–5 минут систематизирует эти вопросы по их содержанию и начинает читать лекцию, включая ответы на заданные вопросы в ее содержании.
Практическое занятие. Культурный ассимилятор как специфическая форма общения в условиях совместной деятельности. Виды культурного "погружения". Выбор оптимальных стратегий в общении с представителями других культур в процессе совместной деятельности.	Ролевая игра – это эффективная отработка вариантов поведения в тех ситуациях, в которых могут оказаться обучающиеся (например, аттестация, защита или презентация какой-либо разработки, конфликт с однокурсниками и др.). Игра позволяет приобрести навыки принятия ответственных и безопасных решений в учебной ситуации. Признаком, отличающим ролевые игры от деловых, является отсутствие системы оценивания по ходу игры.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, НАВЫКОВ

Оценки по формам текущего контроля выставляются по 5-ти балльной шкале. При оценке используются следующие критерии: соответствие содержания ответа заявленному вопросу(теме), поставленным целям и задачам; глубина / полнота рассмотрения темы; доказательная база / аргументированность / убедительность / обоснованность выводов; полнота ответов на вопросы; логичность / структурированность / целостность выступления;речевая культура (стиль изложения, ясность, четкость, лаконичность, доходчивость, пунктуальность, невербальное сопровождение, оживление речи афоризмами, примерами, цитатами и т.п.); самостоятельность суждений / владение материалом / компетентность.

Итоговый контроль - зачет, выставляется на основании оценок в течении семестра и итогового устного опроса .

Оценка	Критерии
ЗАЧЕТ	Студент показывает отличное знание теоретического материала, использование дополнительной литературы, полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
ПОРОГОВЫЙ УРОВЕНЬ - ЗАЧЕТ	Студент может определить основные элементы той или иной модели, излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; но излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
НЕ ЗАЧЕТ	Студент не знает основной теоретический материал, обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, овладению последующим материалом.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА

Среднее профессиональное образование
(базовый уровень)

Специальность **42.02.01 РЕКЛАМА**

Форма обучения Очная

Москва
2021г.

При разработке рабочей программы по учебной дисциплине «Организация рекламного бизнеса» в основу положены: Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 года № 510, зарегистрированного в Минюсте России от 26 июля 2014г. рег.№ 32859, учебный план по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовый) колледжа.

СОДЕРЖАНИЕ

1. **ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

2. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

3. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

4. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация рекламного бизнеса» является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена и относятся к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу учебных дисциплин в соответствии с ФГОС по специальности СПО 46.02.01 «Реклама».

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина «Организация рекламного бизнеса» принадлежит к общепрофессиональным дисциплинам профессиональной подготовки обучающихся. Дисциплина находится в логической взаимосвязи с дисциплинами «Основы межкультурной коммуникации», «Маркетинг в рекламе», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Коммуникативный менеджмент». Полученные знания по данной дисциплине будут способствовать последующему успешному освоению профессиональных дисциплин в рекламе.

Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла по общепрофессиональным дисциплинам обучающийся должен:

уметь:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- проводить сегментирование рынка;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- проводить процедуры согласования макетов продукта с заказчиком;
- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследования предпочтений целевых групп;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- подготовить документацию для регистрации авторских прав.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

- основные принципы работы рекламных организаций в условиях рыночной экономики;
- задачи, цели, функции и общие требования, предъявляемые к рекламе ;
- сущность и характерные черты современной рекламной деятельности;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка;
- аспекты планирования рекламной деятельности;
- методы оценки эффективности рекламы;
- виды контроля в сфере рекламной деятельности и особенности осуществления тактического контроля рекламы;
- основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Дисциплина «Основы теории коммуникации» направлена на формирование следующих общих и профессиональных компетенций обучающегося:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Учебная дисциплина изучается на 4 курсе, в течение 7-ого и 8-ого семестров.

1.3. Количество часов на освоение программы дисциплины:

Виды учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка	126
Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося, в том числе:	84
- теоретическое обучение	44
- лабораторные и практические занятия	20
Самостоятельная нагрузка обучающегося	42
Форма промежуточной аттестации	Экзамен + курсовая работа

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Тема 1. Реклама как социокультурный фактор	***Лекция,*** Реклама как социальный феномен современного общества и одно из основных средств коммуникации. Современные определения рекламы. Реклама как одна из форм маркетинговых коммуникаций. Характерные признаки рекламы. Определение основной цели рекламы и вытекающие из неё основных задач, выполняемые рекламой в современной жизни. Характеристика важнейших функций рекламы. Механизм действия информационной функции рекламы. Коммуникативная функция рекламы. Экономическая функция рекламы, её сущность как важного инструмента маркетинга. Реклама как бизнес и её современная индустрия. Маркетинговая функция рекламы и её отличие от экономической функции. Социальная функция рекламы и её важнейшие аспекты. Просветительская или образовательная функция рекламы. Политическая функция рекламы и её значение в современном обществе. Эстетическая функция рекламы.	4	**2**
	Практическое занятие.		**2**
	Самостоятельная работа.	4	**2**
Тема 2. История развития рекламы в России и за рубежом.	***Лекция.*** Реклама как фактор культурной, политической и экономической жизни общества. Формирование понятия «реклама». Функции рекламы на разных этапах истории общественной жизни. Истоки рекламной коммуникации. Понятие прторекламы. Реклама в Античном обществе. Европейская реклама в период Средневековья. Реклама эпохи Возрождения. Экономические преобразования в странах Западной Европы в XVII - XIX вв. и их влияние на развитие рекламы. Характерные черты и особенности становления североамериканской рекламы (XIX - XX вв.). История рекламы в России (XIV - XIX вв.). История рекламной афиши (XV - XX вв.). Развитие научных знаний о рекламе (П-ая половина XIX в. и I-ая половина XX века). Реклама I-ой половины XX века. Современная российская реклама.	4	**2**
	Практическое занятие.	4	**2**
	Самостоятельная работа.	4	**2**
Тема 3. Виды рекламы.	***Лекция.*** Основные виды рекламы. Различные классификации рекламы. Различные способы классификаций рекламы: по целевой аудитории, по функциям и целям, по охватываемой территории, по видам носителей. Товарная реклама. Имиджевая (институциональная) реклама. Корпоративная (престижная) реклама. Деловая или бизнес-реклама. Реклама для массового потребителя (потребительская реклама). Характерные черты коммерческой и некоммерческой рекламы. Социальная и политическая реклама как основные формы некоммерческой рекламы. Печатная и электронная (вещательная) группы рекламы. Торгово-розничная реклама и её разновидности. Основные виды интернет-рскламы. Сравнительная характеристика видов рекламы. Сопоставление позитивных и негативных характеристик некоторых конкретных средств распространения рекламы. Изменение различных видов рекламы в современной рекламной практике.	4	**2**
	Практическое занятие.	6	**2**

	Самостоятельная работа.	4	**2**
Тема 4. Организация рекламной деятельности	***Лекция.*** Характеристика основных организационных субъектов рекламной деятельности. Организационные функции субъектов рекламной деятельности. Рекламная служба фирмы и её организационная структура. Различные формы организационной структуры рекламной службы. Рекламный отдел и его основные функции. Рекламное агентство как специализированная фирма по оказанию рекламных услуг. Струкгурные подразделения рекламного агентства и их характеристика. Проблемы организации и проведения рекламной кампании. Различные виды рекламных кампаний и их классификация. Основные этапы организации и проведения рекламной кампании. Разработка мероприятий содержательного и организационного порядка как начальный этап рекламной кампании. Его основные действия. Второй этап рекламной кампании и его основное предназначение в практической реализации рекламных мероприятий. Итоговый третий этап рекламной кампании: подведение итогов рекламной кампании и измерение её эффективности.	4	**2**
	Практическое занятие.	4	2
	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 5. Медиапланирование.	***Лекция.*** Медиа планирование как одно из направлений в деятельности службы по связям с общественностью. Понятие «медиа планирование». Определение базовых задач медиа планирования. Медиа планирование и анализ его основных показателей. Характеристика основных показателей медиа планирования: Рейтинг, Охват и Доля. Группа показателей рейтинга (Rating) носителя как показатели медиа эффектов. Формула определения рейтинга носителя. Основные факторы, влияющие на величину рейтинга. Показатель рейтинга в телевизионной панели TVR (сокращение от TV Rating). Рейтинговый показатель на радио AQH (Average Quarter Hour - средний рейтинг четверти часа). Рейтинговый показатель в прессе AIR (Average Issue Readership - средняя аудитория одного номера). Группа показателей аудитории - охватные характеристики (Охват (Reach). Показатель «Охват (п +)», показатель «Охват (1 +)». Показатель, как доля (Share) и его характеристика. Формула определения показателя доли аудитории. Показатели эффектов медиа плана: GRP (Gross Rating Point - суммарный рейтинг), TRP (Target Rating Point - сумма рейтингов в целевой группе), OTS (Opportunity To See - возможность увидеть). Мониторинг СМИ, составление медиа листа и медиа карты как аналитические составляющие взаимодействия со СМИ. Медиа-лист и медиа карта и их составляющие. Основная задача составления медиа листа. Медиа план как график размещения материалов в СМИ. Бриф: понятие и основные виды. Ключевые позиции медиа брифа и их характеристика. Процесс создания базы данных СМИ и определение необходимой информации.	4	2
	Практическое занятие.		
	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 6. Торговая марка и бренд как элементы маркетинговой политики фирмы.	***Лекция.*** Понятия фирменного стиля и определение его основных целей. Соотношение понятий «торговая марка» и «торговый знак». Основные типы товарных знаков и их характеристика. Основные составляющие фирменного стиля и их характеристика. Понятие «бренд» и история его возникновения. Главные составляющие бренда: бренд-имя и бренд-имидж. Определение понятия «бренд». Физические составляющие (носители) бренда.	4	2

	Ключевые характеристики бренда и выявление его основополагающих функций. Основные параметры, определяющие оценку бренда. Процесс формирования бренда и его основные этапы. Поиск имени бренда (нэйминг) и его возможные варианты. «Брендинг» как управленческая технология и определение его понятия. Инструментарий и цели брендинга.		
	Практическое занятие.	4	2
	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 7. Рекламное сообщение: содержание, форма, структура.	***Лекция.*** Рекламное сообщение как элемент рекламной коммуникации. Понятие и основные характеристики рекламного сообщения. Соотношение терминов «рекламное сообщение», «рекламное обращение» и «рекламное объявление». Основные факторы содержания рекламного сообщения. Процесс разработки рекламного сообщения: понимание целей и представления о целевой аудитории рекламы. Основополагающие этапы создания рекламного сообщения. Уровни рассматривания рекламного сообщения. Проблемы аргументации рекламы. Структура рекламного сообщения и его важнейшие элементы. Характеристика основных элементов структуры рекламного сообщения. Дополнительные эффекты для видео- и аудиорекламы. Изображение и звучание в рекламном сообщении. Вопросы взаимообусловленности и взаимодействия текста и изображения в рекламе. Использование цвета, графики, шрифта, музыки и т.д. в рекламном сообщении. Звуковое оформление текста и использование звуковых эффектов в рекламном сообщении.	4	2
	Практическое занятие.		
	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 8. Рекламный креатив	***Лекция.*** Разработка творческой концепции (идеи) и способов её реализации. «Творческий» конкурентный анализ как анализ рекламных сообщений конкурентов. Изучение рекламируемого товара или услуги. Значение разработки четкого брифа при создании рекламы. Использование различных творческих теорий при разработке творческой концепции рекламы. Теория разрыва Ж. М. Дрю и её основные элементы: изучение стереотипов, разрыв, новое видение. Ключевые элементы теории RAM-проводника Дж. Р. Росситера и Л. Перси: поиск объектов, людей, ситуаций, ассоциирующихся с выгодой, отбор самых далеких от товара понятий, разработка ключа-подсказки. Значение создания Уникального Товарного Предложения или использование позиционирования в разработке творческой стратегии. Методы активизации поиска идей и их значение при разработке творческой концепции рекламы. Метод мозгового штурма, метод «бредня» как методы поиска творческих идей. «Обзорная статья» в качестве метода поиска новых творческих идей. Метод фокальных объектов, метод эвристических вопросов и метод свободного поиска идей и их значение в разработке творческой концепции.	4	2
	Практическое занятие.	4	2
	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 9. Эффективность рекламы: способы и инструменты оценки.	***Лекция.*** Основные принципы создания эффективной рекламы. Учет основных факторов на этапе выработки идеи рекламного сообщения. Необходимость обеспечения определенных параметров на этапе создания готовых вариантов. Необходимость обеспечения высокого качества информирования аудитории в процессе организации и	4	2

	осуществления распространения рекламы. Параметры определения эффективности рекламы: основные, дополнительные и способы получения информации. Оценочные способы определения эффективности рекламы. Основные группы оценочных способов: прямые и косвенные. Группа прямых оценочных способов определения эффективности рекламы. Три группы косвенных способов определения эффективности рекламы: способы, основанные на методе опроса, сравнительные и расчетные способы. Аналитические способы определения эффективности рекламы и их общая характеристика. Аналитические расчетные способы, связанные с выявлением окупаемости. Аналитические способы, связанные с улучшением точности измерений. Аналитические способы, направленные на разделение влияния рекламы и конкуренции.		
	Практическое занятие.		
	Сам ост оят ел ьная работ а.	4	2
Тема 10. Социальная реклама.	***Лекция.*** Социальная реклама как социальный феномен. Законодательное определение феномена социальной рекламы. Основные характерные черты и специфика социальная реклама. Ключевые отличия социальной рекламы от любой другой её разновидности и произведения искусства. Основные участники рынка социальной рекламы и их характеристика. Цели и функции социальной рекламы. Сравнение рекламных целей и задач коммерческой и некоммерческой рекламы. Функции коммерческой и социальной рекламы. Оценка эффективности социальной рекламы. Основные подходы к разработке эффективной рекламной кампании социальной направленности. Условия эффективности социальной рекламы. Специфика развития социальной рекламы в России. Объективные причины возникновения и развития социальной рекламы. Востребованность социальной рекламы в современном российском обществе	4	2
	Практическое занятие.		
	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 11. Мировой рынок рекламы и кросс-культурный аспект рекламной коммуникации.	***Лекция.*** Основные тенденции развития рекламного бизнеса в современном бизнесе. Глобальная реклама как относительно новое явление мирового рынка рекламы. Глобальные рекламные кампании и их общая характеристика. Участники международных рекламных кампаний. Основные типы международных рекламных кампаний. Международная рекламная ассоциация: цели и задачи. Международные рекламные фестивали. Реклама как один из возможных способов межкультурной коммуникации. Существование двух основных подходов к маркетинговой и рекламной стратегии: глобальный и кросскультурный. Осуществление глобальной стратегии и учет местной специфики. Особенности подхода к рекламе в разных странах. Реклама стран Азии. Сложности перевода рекламы на иностранный язык. Алгоритм перевода рекламного сообщения на иностранный язык.	4	2
	Практическое занятие.	4	2
	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 12.	*Лекция.*		
	Практическое занятие.		
	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 13.	*Лекция.*	4	2
	Практическое занятие.		

	Самостоятельная работа.	4	2
Тема 14.	*Лекции.*	4	2
	Практическое занятие.	4	2
	Самостоятельная работа.	4	2

2.3. Тематика и планы практических занятий

Практическое занятие 1.
Тема: Реклама как социокультурный фактор и истоки рекламной коммуникации.
Вопросы для обсуждения

1. Реклама как социальный феномен: понятие, цели, задачи и характерные признаки.
2. Характеристика основных функций рекламы.
3. Механизм действия экономической функции рекламы. Маркетинговая функция рекламы и её отличие от экономической функции.
4. Истоки рекламной коммуникации: понятие «протореклamы» и формирование понятия «реклама».
5. Экономические преобразования в странах Западной Европы в XVII - XIX вв. и их влияние на развитие рекламы. Особенности становления североамериканской рекламы (XIX - XX вв.).
6. Реклама в России (XIV - XIX вв.).
7. Реклама I-ой половины XX века.
8. Современная российская реклама.

Практическое занятие 2.
Тема: Виды рекламы и проблемы организация рекламной деятельности.

Вопросы для обсуждения

1. Классификация основных видов рекламы и способы классификации.
2. Характерные черты коммерческой и некоммерческой рекламы.
3. Торговая реклама, социальная и политическая реклама.
4. Интернет-реклама и её основные разновидности.
5. Организационные субъекты рекламной деятельности и их основные функции.
6. Рекламная служба фирмы: организационная структура, различные формы и функции.
7. Рекламное агентство как специализированная структура по осуществлению рекламной деятельности и характеристика основных его структурных подразделений.
8. Определение основных этапов организации и проведения рекламной кампании.

Практическое занятие 3.
Тема: Проблемы медиапланирования и торговая марка, бренд как элементы маркетинговой политики фирмы.

Вопросы для обсуждения

1. Определение понятия медиа планирования и его основных задач.
2. Медиа планирование и анализ его основных показателей.

3. Группа показателей рейтинга (Rating) носителя и их характеристика.
4. Охватные характеристики и показатель доли - показатели аудитории носителя.
5. Мониторинг СМИ, составление медиа листа и медиа карты как аналитические составляющие взаимодействия со СМИ.
6. Бриф: понятие, основные виды и ключевые позиции медиа брифа.
7. Фирменный стиль и его основные составляющие.
8. Соотношение понятий «торговая марка» и «торговый знак».
9. Бренд и его общая характеристика: понятие, составляющие и функции.
10. Процесс формирования бренда и его основные этапы.
11. «Брендинг» как управленческая технология: его инструментарий и основные цели.

Практическое занятие 4.
Тема: Рекламное сообщение: содержание, форма, структура и вопросы креатива.

Вопросы для обсуждения

1. Рекламное сообщение как элемент рекламной коммуникации: понятие, характерные черты, основные факторы содержания.
2. Процесс разработки рекламного сообщения и его основополагающие этапы.
3. Структура рекламного сообщения и характеристика его важнейших элементов.
4. Вопросы взаимообусловленности и взаимодействия текста и изображения в рекламе.
5. Использование цвета, графики, шрифта и т.д. в рекламном сообщении.
6. Звуковое оформление текста и использование звуковых эффектов в рекламном сообщении.
7. Теория разрыва и её основные элементы: изучение стереотипов, разрыв, новое видение.
8. Ключевые элементы теории RAM-проводника: поиск объектов, людей, ситуаций, ассоциирующихся с выгодой, отбор самых далеких от товара понятий, разработка ключа-подсказки.
9. Уникальное Товарное Предложение или позиционирования в разработке творческой стратегии.
10. Методы активизации поиска идей и их значение при разработке творческой концепции рекламы.

Практическое занятие 5.
Тема: Эффективность рекламы: способы и инструменты оценки. Социальная реклама и кросс-культурный аспект рекламной коммуникации.

Вопросы для обсуждения

1. Основные принципы создания эффективной рекламы.
2. Прямые оценочные способы определения эффективности рекламы.
3. Группы косвенных способов определения эффективности рекламы: способы, основанные на методе опроса, сравнительные и расчетные способы.
4. Аналитические способы, направленные на улучшение точности измерений и разделение влияния рекламы и конкуренции.
5. Общая характеристика социальной рекламы: понятие, цели, задачи и функции.
6. Специфика развития социальной рекламы в России и её востребованность в современном российском обществе.
7. Основные тенденции развития рекламного бизнеса в современном обществе.

8. Глобальная реклама как явление мирового рынка рекламы и её характеристика.
9. Международные рекламные организации и их предназначение.
10. Особенности подхода к рекламе в разных странах.

2.4. Тематика курсовых работ и методические указания по их выполнению (при наличии).

1. Реклама как одна из форм маркетинговых коммуникаций.
2. История формирования и развития Европейской рекламы с античных времен и до XIX в.
3. История рекламы в России (XIV - XIX вв.).
4. История развития советской рекламы.
5. Современная российская реклама.
6. Рекламная кампания на примере высшего учебного заведения.
7. Особенности современного рекламного рынка в России.
8. Реклама и национальные традиции.
9. Анализ влияния цвета и формы на восприятие рекламы в разных сферах деятельности (медицинские услуги, образование, туризм, финансы).
10. Способы оценки эффективности рекламных акций.
11. Особенности телевизионной рекламы.
12. Влияние юмора на запоминаемость рекламы
13. Социальная реклама как современный образ социально одобряемого и социально неодобряемого действия.
14. Новые рекламные технологии и практика их внедрения (на примере деятельности одного из агентств).
15. Разработка рекламной кампании в сфере культуры, спорта, моды или шоу-бизнеса.
16. Юмор в рекламе и его влияние на запоминаемость рекламы.
17. Творчество в рекламе - это правила или отсутствие всяких правил.
18. Теория Разрыва как «метод, образ мышления и состояния души».
19. Теория RAM-проводника: возможности и проблемы использования в рекламной деятельности.
20. Теория «внутреннего драматизма»: способы и примеры её реализации.
21. Проект разработки рекламного сообщения.
22. Проект разработки рекламной кампании на примере деятельности какой-либо конкретной структуры.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной программы дисциплины требует наличия учебного кабинета, оборудованного следующими техническими средствами обучения: столы и стулья для студентов, стол и стул для преподавателя, компьютер, проектор и экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Бове, Кортлэнд Л.; Аренс, Уилльям Ф. Современная реклама. - Тольятти: Довгань. 2012. - 704 с.

2. Прингл Х.; Томпсон, М. Энергия торговой марки. - СПб: Питер, 2012. - 288 с.

3. Смирнов В.В. Реклама на радио/В.В. Смирнов. - СПб: Питер, 2012. - С. 13

3. Ученова В. Реклама: палитра жанров./В. Ученова. - М.: Инфра-М, 2012. - С. 150.

4. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг. Учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2014. - 324 с.

5. Яненко *Я.* Заказ и размещение рекламы. Как это правильно сделать. - СПб: Питер, 2012.-224 с.

Литература на электронных носителях

1. Шарков Ф.И. Коммуникология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И. - Электрон, текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2012. - 320 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10932. - ЭБС «IPRbooks», по паролю.

2. Шарков Ф.И. Коммуникология: Словарь-справочник [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И. - Электрон, текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2013. - 768с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14341. - ЭБС «IPRbooks», по паролю.

Дополнительная литература:

1. Аржанов К.В., Пирогова Т.А. История отечественной рекламы: Галерея рекламной классики. - Харьков: Студцентр, 2011. - 304 с.

2. Валладарес Дж. А. Ремесло копирайтинга. - СПб: Питер, 2005. - 272 с.

3. Голик В.С., Толкачев А.И. Интернет-реклама или как делаются деньги в сети. - М.: Деловая и учебная литература, 2010. - 160 с.

4. Головлева Е.Л. Основы рекламы. - М.: ОАО «Московские учебники»; Ростов н/Дону: Феникс, 2006, - 271 с.

5. Гольман И. Рекламная деятельность: планирование, технологии, организация. - 2-ое изд. перераб. и доп. - М.: Гелла-принт, 2002. - 230с.

6. Дрю Ж.М. Ломая стереотипы. - СПб.: Питер, 2002. - 272 с.

7. Дударева А. Рекламный образ. Мужчина и женщина. - М.: РИП-холдинг, 2011. - 222 с.

8. Дю Плесси Э. Психология рекламного влияния. Как правильно воздействовать на потребителей. - СПб: Питер, 2010. - 272 с.

9. Евстафьев В. Рекламные коммуникации в Японии. - М.: 1998. 120 с.

10. Елина Е.А. Семиотика рекламы. Учеб, пособие. 2-ое изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. - 130 с.

11. Лукина Т.В. Рекламные мудрости. - М.: Воениздат, 2010.- 120 с.

12. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы. Учеб, пособие. 2-ое изд., доп. - М.: Издательство «Финпресс», 2007. - 416 с.

13. Медведева Е. Основы рекламоведения. - М.: «РИП-холдинг», 2004. - 266 с.
14. Полукаров В.Л. Основы рекламы. Учебник. 2-ое изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004. - 240 с.
15. Райс Э., Траут Дж. Позиционирование: битва за узнаваемость. - СПб.: Питер, 2001. -256 с.
16. Ромат Е.В. Реклама. - СПб: Питер, 2010. - 176 с.
17. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности. Учеб, пособие. 2-ое изд., доп. - М.: Издательство РДЛ, 2004. - 224 с.
18. Семенов Б.Д. Рекламный менеджмент. - М.: 2001. - 235 с.
19. Тангейт М. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara. - М.: Альпина бизнес букс, 2010. - 298 с.
20. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг; СПб: Питер, 2012.- 352 с.
21. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России. - СПб.: Питер, 2003. - 384 с.
22. Шарков Ф.И., Ткачева В.А. Брендинг и культура организации (управление брендом как элементом культуры организации). - М.: Издательский Дом «Социальные отношения», издательство «Перспектива», 2003. - 268 с.
23. Эйтчисон Дж. Разящая реклама. Как создать самую лучшую в мире печатную рекламу брендов в XXI веке; М.: Вильямс, 2010. - 512 с.
24. Яненко М. Торговые марки в товарной политике фирмы. - СПб: Питер, 2010. - 240 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Аттестация проводится в форме зачета. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе собеседования по одному или двум вопросам из представленного студентам списка вопросов к зачету.

Критерии оценки зияний

Знания студентов оцениваются по четырех балльной системе, исходя из следующих критериев:

«отлично» - при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы; ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов;

«хорошо» - при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы при незначительных упущениях при ответах;

«удовлетворительно» - при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов;

«неудовлетворительно» - при незнании и непонимании студентом существа экзаменационных вопросов.

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету (экзамену)

1. Реклама как массовое явление: её понятие и определение.
2. Структура рекламы и её основные компоненты.
3. Характерные черты рекламы.
4. История создания и развития рекламы.
5. Основные особенности рекламного рынка в современной России.
6. Цели и функции рекламы.
7. Основные виды рекламы.
8. Различия между экономической и маркетинговой функцией рекламы.
9. Классификации рекламы и их критерии.
10. Социальная реклама и её общая характеристика: понятие, специфика, цели и задачи.
11. Принципы создания рекламного сообщения.
12. Экономическая функция рекламы.
13. Основные правила написания рекламных заголовков.
14. Разработка эффективного рекламного текста.
15. Основные части вербальной составляющей рекламного сообщения и их характеристика.
16. Основной рекламный текст и его отдельные элементы.
17. Рекламная кода и её функции.
18. Визуальное содержание рекламного сообщения и его характеристика.
19. Техника передачи изображения.
20. Характеристика акустической составляющей рекламы.
21. Основные этапы процесса разработки рекламного сообщения.
22. Методы активизации поиска творческих идей.
23. «Теория разрыва» как одна из возможных креативных технологий.

24. Технология «RAM-проводника» и её характеристика.
25. Аргументация качества товара в рекламном сообщении.
26. Рекламное изображение: структура содержания и его основные визуальные характеристики.
27. Звуковые эффекты и их использование в создании рекламного сообщения.
28. Основные правила создания рекламы.
29. Рекламное сообщение: его понятие, основные этапы и технологии процесса разработки.
30. Основные организационные субъекты рекламной деятельности.
31. Характеристика основных этапов организации и проведения рекламной кампании.
32. Медиа планирование и анализ его основных показателей.
33. Группа показателей рейтинга (Rating) носителя и их характеристика.
34. Охватные характеристики и показатель доли - показатели аудитории носителя.
35. Мониторинг СМИ, составление медиа листа и медиа карты как аналитические составляющие взаимодействия со СМИ.
36. Бриф: понятие, основные виды и ключевые позиции медиа брифа.
37. Характеристика и соотношение понятий «фирменный стиль», «торговая марка» и «торговый знак».
38. Бренд и его общая характеристика: понятие, составляющие и функции.
39. Процесс формирования бренда и его основные этапы.
40. «Брендинг» как управленческая технология: его инструментарий и основные цели.
41. Глобальная реклама как явление мирового рынка рекламы и её характеристика.
42. Особенности подхода к рекламе в разных странах

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «КОНФЛИКТОЛОГИЯ»

Программа подготовки специалистов среднего звена (базовый уровень)

Специальность 42.02.01 РЕКЛАМА

Форма обучения - ОЧНАЯ

Москва 2021

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26 июня 2014 г. N 32859).

Организация-разработчик:
ПО АНО "Международный институт бизнеса и управления"(колледж).

Разработчик программы:
Петросян Эльвира Наримановна,
преподаватель колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы.

Рабочая программа учебной дисциплины «Конфликтология» является частью профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 "Реклама".

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, а именно в программах повышения квалификации и переподготовки.

1.2. Учебная дисциплина «Конфликтология» входит в общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл .

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

Целью учебной дисциплины «Конфликтология» является овладение обучающимися необходимыми систематизированными фундаментальными теоретическими знаниями о природе конфликта, особенностях его протекания в обществе, а также в выработке прикладных навыков и умений позволяющих, в частности, прогнозировать, предотвращать конфликты, управлять ими, вести переговоры. Формирование высокой профессиональной и конфликтологической культуры у студентов.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

– изучение современной теории и методологии конфликтологии, овладение навыками концептуализации и операционализации современных социальных практик в терминах конфликтологии;

– дать представления о предмете, методах, основных категориях конфликтологии;

– познакомить обучающихся с основными современными конфликтологическими концепциями;

– изучить различные факторы возникновения конфликтов;

– сформировать у обучающихся знания основных аспектов протекания конфликтов и механизмов управления конфликтными ситуациями в обществе;

– развить у обучающихся творческое отношение к освоению отечественного и мирового опыта прогнозирования конфликтных ситуаций и умения использовать его в своей практической деятельности;

– выработать практические навыки исследования конфликтов в сфере национальной безопасности, развитие практических навыков в области конфликтного менеджмента;

– сформировать у обучающихся навыки управления конфликтными ситуациями и оперативного разрешения конфликтов.

Предметом изучения дисциплины являются общие вопросы теории конфликта, различные конфликтные ситуации в деловой сфере, а также способы выхода из конфликта, переговоры и медиаторство (посредничество) в конфликтных ситуациях.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить 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 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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.
ПК.1.1 – Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 4.1 – Планировать деятельность подразделения.
ПК 4.2 – Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.
Формирование дополнительных профессиональных компетенций (ПК 5.1 – ПК 5.3) у выпускника ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама должно быть реализовано путем освоения учебных дисциплин, междисциплинарных курсов базовой и вариативной частей общепрофессионального и профессионального циклов.
Результаты освоения ППССЗ специальности 42.02.01Реклама в соответствии с целями программы подготовки специалистов среднего звена и задачами профессиональной деятельности определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины «Конфликтология» обучающийся должен:

Знать: место конфликтологии в структуре гуманитарной подготовки управленческих кадров; базовые категории конфликтологии; типологию социальных конфликтов; основные причины социальных конфликтов в современной России; закономерности возникновения, развития и разрешения различных социальных конфликтов; факторы стрессоустойчивости в конфликте; модели поведения в конфликтных ситуациях; базовые технологии урегулирования конфликтов; основополагающие черты конфликтологии как гуманитарной науки; основные этапы развития конфликтологии; сущность современной конфликтологической парадигмы; природу конфликта в современном обществе; конструктивные и деструктивные функции конфликта.

Уметь: предупреждать, регулировать и разрешать типичные конфликты; проводить диагностику конфликта для его оптимального разрешения; выявлять конфликт на латентной стадии его развития; определять степень конфликтогенности личности; применять адекватные конкретной конфликтной ситуации стили поведения; прогнозировать возникновение политических, юридических, этноконфессиональных, трудовых и межличностных конфликтов; применять технологии посредничества, арбитража, управления конфликтными ситуациями; 8 выделять конструктивные функции в конфликте; применять новейшие достижения науки о конфликте в практической деятельности; выделять стадии протекания конфликта; давать развернутую и объективную характеристику конкретным конфликтным ситуациям.

Владеть: навыками определения собственного стиля поведения в конфликтах; навыками предупреждения конфликтов в межличностном общении; методами психологической защиты в общении с конфликтными людьми; терминологией науки о конфликте; общенаучными и специальными методами исследования конфликтов; навыками классификации конфликтов; методами мониторинга конфликтных ситуаций; навыками выработки мер по разрешению конфликтов.
Учебная программа рассчитана на один семестр.

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

2.1.Объем дисциплины "Конфликтология".

Изучается заочно студентами 4-го курса, обучающихся по направлению 42.02.01 Реклама в течение 7 семестра.

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
лекции	30
практические занятия	18
Самостоятельная работа	
Промежуточная аттестация в форме зачета	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины Конфликтология

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**2**	**4**
Раздел 1. МЕТОДОЛОГИЯ, ИСТОРИЯ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНФЛИКТОЛОГИИ			*12*	
Тема 1.1. Конфликтология: предмет, история и значение в обществе.	**Содержание учебного материала**		***6***	*1*
	1-2	История возникновения и основные этапы в развитии конфликтологии Связь учебной дисциплины с другими изучаемыми предметами. Обзор структуры курса..	*2*	
	3-4	Научный статус и уровни конфликтологического знания. Научный статус и уровни конфликтологического знания.	*2*	
	5-6	Актуальные проблемы современной конфликтологии. Роль и задачи конфликтологии в консолидации Российского общества.	*2*	*1*
Тема 1.2 Социальные конфликты: природа, структура, динамика.	**Содержание учебного материала**		***4***	*1*
	7-8	Конфликт как социальное явление и, как форма социального взаимодействия, межличностной и межгрупповой коммуникации.	*2*	
	9-10	Структурные компоненты конфликта, их характеристика. Динамика конфликта, этапы его развития.	*2*	*1*
Тема 1.3 Типы социальных конфликтов, их функции.	**Практическое занятие**		***2***	*1*
	11-12	Виды (типы) и функции социальных конфликтов. Правовые аспекты конфликтных отношений. Субъекты конфликта	*2*	
Раздел 2. КОНФЛИКТЫ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ			***6***	
Тема 2.1 Организационные конфликты: особенности протекания	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	13-14	Структура и функции современной социальной организации. Классификация конфликтов в организации, причины их возникновения. Социально-трудовые конфликты. Особенности инновационных конфликтов	*2*	
Тема 2.2 Внутриличностные, межличностные и	**Практическое занятие**		***4***	*1*
	15-16	Причины, источники конфликтов и формы их проявления. Основные виды и проявления внутриличностных конфликтов.	*2*	*2*

групповые конфликты: специфика и формы проявления	17-18	Сущность и специфика межличностных конфликтов. Структурная типология межличностного восприятия: межличностная перцепция, идентификация, эмпатия. Групповые конфликты: причины возникновения и особенности протекания	*2*	*2*
Раздел 3. ПОВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В КОНФЛИКТАХ.			**20**	
Тема 3.1 Поведение личности в межличностных, межгрупповых и внутригрупповых конфликтах в профессиональной среде.	**Содержание учебного материала**		***8***	
	19-20	Поведение личности в межличностных, межгрупповых и внутригрупповых конфликтах в профессиональной среде. Конфликтные типы личностей.	*2*	*1*
	21-22	Модели поведения конфликтующих сторон в социальном конфликте и способы урегулирования межличностных конфликтов	*2*	*1*
	23-24	Групповая динамика и конфликтное взаимодействие	*2*	*1*
	25-26	Последствия и функции внутригруппового конфликта.	*2*	*1*
Тема 3.2 Управление социальными конфликтами: прогнозирование и предупреждение	**Практическое занятие**		***4***	
	27-28	Понятие управления конфликтом: содержание, этапы, алгоритм, технологии.	*2*	*1*
	29-30	Прогнозирование социальных конфликтов. Способы предупреждения и модели разрешения конфликтов.	*2*	*1*
Тема 3.3 Процесс социальной категоризации и стереотипизации	**Практическое занятие**		***2***	
	31-32	Механизм формирования стереотипов и их функции. Значение стереотипов для МКК. Сущность предрассудков. Типы предрассудков. Корректировка и изменение предрассудков. Природа этнокультурных стереотипов.	*2*	*1*
Тема 3.4 Этнический конфликт как социально-психологический и мужкультурный конфликт.	**Содержание учебного материала**		***6***	
	33-34	Понятие этноконфликта, причины, способствующие его возникновению Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Типология конфликтных ситуаций и способы выхода из них.	*2*	*1*
	35-36	Конфликт как универсальная психологическая проблема. Причины возникновения в организации. Вопросы конфликтологии в межкультурной коммуникации.	*2*	
	37-38	Пути выхода и разрешения межкультурных конфликтов. Подбор типичных конфликтных ситуаций в межкультурной коммуникации.	*2*	*1*
Раздел 4. ТЕХНОЛОГИИ РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНФЛИКТОВ			*4*	

Тема 4.1 Переговорный процесс и медиация как технологии регулирования конфликтов	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	39-40	Условия и факторы конструктивного разрешения конфликтов. 2. Переговорный процесс как способ разрешения конфликтов.	*2*	
	41-42	Медиация. Урегулирование конфликтов с участием третьей стороны. Формы посредничества и его особенности.	*2*	*1*
Тема 4.2 Основы прогнозирования предупреждения и управления конфликтами.	**Практическое занятие**		**6**	*2*
	43-44	Теоретико-методологические и прикладные проблемы современной конфликтологии.	*2*	
	45-46	Отражение конфликта в философии, социологии, религии, искусстве. Проблема эволюции конфликта.	*2*	*2*
	47-48	Актуальность конфликтологических знаний в современном обществе. Основы прогнозирования предупреждения и управления конфликтами.	*2*	*2*
Итоговая форма контроля - ЗАЧЕТ				
Лекционные занятия			**30**	
Практические занятия			**18**	
Самостоятельная работа обучающихся				
Всего			**48**	

Примерные темы рефератов:
1. Природа конфликта.
2. Социальные конфликты в разных общественных структурах.
3. Социальные конфликты в меняющемся российском обществе.
4. Конфликты среди разных социальных слоев.
5. Неравенство в обществе как причина социальных конфликтов.
6. Межкультурная коммуникация и конфликт
7. Источники межкультурных конфликтов
8. Конфликты архаической и современной культур
9. Профилактика межкультурных конфликтов. Развитие культурной компетентности
10. Урегулирование и разрешение межкультурных конфликтов.

Практические задания, решение задач на примере реальных конфликтных ситуаций:
1. Постройте классификационную схему конфликтов. Дайте краткую характеристику конфликтам по каждому уровню;
2. Какие структурные компоненты можно выделить в конфликте? Проиллюстрируйте на конкретном примере;
3. Какие факторы могут оказывать влияние на энергетику конфликта?
4. Что такое баланс сил в конфликте?
5. Какие стадии проходит в своем развитии конфликт?
6. Что такое «ремиссия» и эскалация конфликта?
7. Определите и охарактеризуйте основные функции конфликтов.
8. Какие возможны функциональные и дисфункциональные последствия конфликта?

Вопросы к дифференцированному зачету
1. Исторические особенности отношения общества к конфликту.
2. Предмет конфликтологии.
3. Конфликт как социальный феномен общественной жизни.
4. Задачи конфликтологии в различных сферах человеческого взаимодействия.
5. Теоретические предпосылки возникновения конфликтологии.
6. Этапы развития конфликтологии.
7. Конфликтный функционализм Г. Зиммеля.
8. Социал-дарвинистская концепция конфликта: представители, особенности.
9. Равновесная и конфликтная модели: сравнительный анализ.
10. Диалектическая теория конфликта К. Маркса.
11. Функциональная концепция конфликта Т. Парсонса.
12. Особенности изучения конфликта в теории Л. Козера.
13. Концепция конфликта Р. Дарендорфа.
14. Общая теория конфликта Р. Боулдинга.
15. Конфликт как форма воспроизводства общества А. Турена.
16. Особенности отношения к конфликту в отечественной науке.
17. Структура социального конфликта.
18. Источники и причины возникновения социальных конфликтов.
19. Динамическая модель конфликта.
20. Функции социальных конфликтов.
21. Проблема типологии конфликтов.
22. Диагностика конфликтов.
23. Причины и источники внутриличностных конфликтов и формы их проявления.
24. Основные подходы к пониманию внутриличностного конфликта.
25. Виды внутриличностных конфликтов.
26. Основные способы разрешения внутриличностных конфликтов.

27. Понятие межличностных конфликтов, их причины.
28. Особенности межличностных конфликтов, их динамика.
29. Характеристика основных стилей поведения, их положительные и отрицательные стороны.
30. Групповой процесс: особенности, динамика.
31. Причины возникновения групповых конфликтов и их классификация.
32. Групповые нормы, ценности и стереотипы поведения.
33. Последствия и функции внутригруппового конфликта.
34. Предупреждение межличностных и групповых конфликтов.
35. Конфликты в организациях: особенности возникновения и протекания.
36. Конфликты между руководителями и подчиненными, их предупреждение, регулирование.
37. Трудовые конфликты и пути их разрешения.
38. Особенности инновационных конфликтов.
39. Причины возникновения, структура и функции педагогических конфликтов.
40. Особенности педагогических конфликтов.
41. Конфликты между учениками, их характер, возрастные особенности.
42. Предупреждение и регулирование педагогических конфликтов.
43. Супружеские конфликты. Социально-психологические и ролевые различия супругов.
44. Причины и источники супружеских конфликтов.
45. Способы разрешения супружеских конфликтов.
46. Причины возникновения, типология и структура семейных конфликтов.
47. Функции и последствия конфликтов в семье.
48. Природа этнонациональных конфликтов, их причины и участники.
49. Особенности этнонациональных конфликтов, роль культурных и религиозных факторов.
50. Проблема конфликта в организации. Роль и задачи руководителя в регулировании конфликтных ситуаций.
51. Регулирование современных национальных противоречий в России.
52. Понятие и типология политического конфликта.
53. Социальные и психологические причины политических конфликтов.
54. Конфликты власти, их специфика. Проблемы достижения социально-политического согласия в обществе.
55. Переговоры как один из основных методов разрешения конфликта. Посредничество в переговорах.
56. Переговорные стили, их особенности.
57. Предпосылки и механизмы разрешения конфликтов: общие положения.
58. Этические моменты в деятельности руководителя при разрешении конфликтов.
59. Субъективные аспекты конфликта, типы участников конфликта, их психология.
60. Место конфликтологии в системе наук об обществе.
61. Движущие силы и мотивация конфликтов. Конфликты потребностей, интересов, ценностей, норм.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению для реализации программы дисциплины "Конфликтология" для очного отделения 42.02.01. Реклама требует наличия технических средств обучения обеспечения процесса дистанционного обучения с используются следующие средства дистанционного обучения: специализированные учебники с мультимедийными сопровождениями, электронные учебно-методические комплексы, включающие электронные учебники, учебные пособия, тренинговые компьютерные программы, компьютерные лабораторные практикумы, контрольно-тестирующие комплекты, учебные видеофильмы, аудиозаписи, иные материалы (учебно-методический комплекс).
Оборудование учебного кабинета: рабочее место преподавателя и технические средства обучения: компьютер, мультимедийное оборудование.
Учебно-наглядные пособия: плакаты, схемы, чертежи, графики, диаграммы, модели и макеты, презентации.

3.2.Данная программа для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ реализуется с соблюдением следующих условий:
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (меньший объём практических работ и их количество, увеличение сроков подготовки к зачетным работам);
- для лиц с нарушениями слуха (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде);
- для лиц с нарушениями зрения (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде).

Проведение рубежного и промежуточного контроля уровня усвоения знаний по разделам дисциплины, а также предварительного итогового контроля уровня усвоения знаний за семестр рекомендуется проводить в компьютерном классе с использованием автоматизированной обработки результатов тестирования.

3.3. Информационное обеспечение обучения
Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы ***Основные источники:***
1. Анцупов А.Я., Баклановский С.В. Конфликтология: схемах и комментариях. Учеб. пособие. М.: Проспект, 2016. – 336 с.
2.Емельянов, С.М. Конфликтология: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2019.
3. Конфликтология [Электронный ресурс]: учебник / Г.И. Козырев. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. – 304 с.
– http://znanium.com/catalog/product/942783 (25.02.2021)

Дополнительные источники:
1.Конфликтология : учебник / А.Я. Кибанов, И.Е. Ворожейкин, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова ; под ред. А.Я. Кибанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 301 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). http://znanium.com/catalog/product/968843
2.Конфликтология. Социальные конфликты: Учебник для студентов вузов / Кильмашкина Т.Н., – 2-е изд., перераб. и доп. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2015. – 287 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01542-2 http://znanium.com/catalog/product/872787
3.Лопарев, А. В. Конфликтология : учебник для академического бакалавриата / А. В. Лопарев, Д. Ю. Знаменский. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 290 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916- 9068-3. https://biblio-online.ru/book/A3965F22-B30E-46E8-B7AC1DB744E01CBF8/konfliktologiya

Интернет-ресурсы:

1. http://conflictology.ru/index.php/conflict
2.http://www.politstudies.ru/
3. www.conflictanet.ru/
4. www.analitik.org.ua/
5. www.conflictology.spb.ru/
6. http://www.sipri.org/
7. http://www.pcr.uu.se
8.http://www.iwpr.net
9. http://www.clingendael.nl
10. http://www.crisisgroup.org/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ "КОНФЛИКТОЛОГИЯ"

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий и промежуточной аттестацией.

Методы контроля направлены на проверку обучающихся:
– выполнять условия здания на творческом уровне с представлением собственной позиции;
– делать осознанный выбор способов действий из ранее известных;
–осуществлять коррекцию (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий;
– работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы.
Контроль и оценка на основе практических и самостоятельных работ по изучаемым темам, представленные самостоятельно подготовленные сообщения по изученным темам, ответы при устных опросах.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- наличие положительных отзывов с мест производственной практики; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии;	- Наблюдение и оценка непосредственного руководителя при прохождении производственной практики; - экспертная оценка портфолио работ и документов.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- проводить диагностику ситуации; - определять адекватные варианты решения возникающих проблем; - выявлять возможные риски; - обосновывать принятие решения;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями,	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка

коллегами, руководством, потребителями.	руководителями практики и клиентами в ходе обучения;	осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 11. Соблюдать деловой этикет, культуру и психологические основы общения, нормы, правила поведения с использованием правил делового этикета, опираясь на нормы и правила поведения в официальной обстановке.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями практики и клиентами в ходе обучения,	- экспертная оценка решения ситуационных задач.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, НАВЫКОВ

Оценки по формам текущего контроля выставляются по 5-ти балльной шкале. При оценке используются следующие критерии: соответствие содержания ответа заявленному вопросу(теме), поставленным целям и задачам; глубина / полнота рассмотрения темы; доказательная база / аргументированность / убедительность / обоснованность выводов; полнота ответов на вопросы; логичность / структурированность / целостность выступления;речевая культура (стиль изложения, ясность, четкость, лаконичность, доходчивость, пунктуальность, невербальное сопровождение, оживление речи афоризмами, примерами, цитатами и т.п.); самостоятельность суждений / владение материалом / компетентность.
Итоговый контроль - дифференцированный зачет, выставляется на основании оценок в течении семестра и итогового устного опроса .

Оценка	Критерии
Отлично (5) ЗАЧТЕНО	Студент показывает отличное знание теоретического материала, использование дополнительной литературы, полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
Хорошо (4) ЗАЧТЕНО	Теоретические знания основательные, оформление высказываний для решения поставленных задач соответствуют содержанию, может обосновать свои суждения, излагает материал последовательно, но допускает ошибки.
Удовлетво- рительно(3) ЗАЧТЕНО	Студент может определить основные элементы той или иной модели, излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
Неудовлетво- рительно(2) НЕ ЗАЧТЕНО	Студент не знает основной теоретический материал, обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, овладению последующим материалом.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ВВЕДЕНИЕ В СМИ И СИСТЕМУ КОММУНИКАЦИЙ

Программа подготовки специалистов среднего звена
(базовый уровень)

Специальность **42.02.01. Реклама**

Форма обучения Очная

Москва 2021 г.

При разработке рабочей программы по учебной дисциплине «Введение в систему СМИ и коммуникаций» в основу положены Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. «Реклама»,
утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 года № 510, зарегистрированного в Минюсте России от 26 июня 2014г. рег.№ 32859, учебный план по специальности 42.02.01. «Реклама» колледжа МИБиУ.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с рекомендациями ФГОС. Рабочая программа междисциплинарного курса может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по родственным направлениям подготовки и специальностям СПО.

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

«Введение в систему СМИ и коммуникаций» является общепрофессиональной дисциплиной профессионального цикла учебного плана специальности «Реклама» и направлена на достижение следующих целей:

- освоение системы современного коммуникационного процесса в России и за рубежом;
- ознакомление с основными принципами функционирования современных СМИ в условиях всемирной информационной глобализации и их ролью в общественно-политической жизни;
- формирование у студентов представления о системе взаимодействия между властью, обществом и СМИ, правовых основ функционирования СМИ;
- познание истории и основ журналистики, понимание сути и принципов работы журналиста и журналистских организаций;
- понимание принципов работы информационных агентств и холдингов;
- изучение новейших тенденций в современных СМИ и журнализме;
- развитие навыков информационной работы со СМИ;
- познание практики подготовки журналистских материалов в разных жанрах для различных видов СМИ;
- овладение понятийным аппаратом системы СМИ и коммуникаций;
- воспитание культуры взаимодействия со СМИ, развитие гражданского сознания у обучающихся.

Учебная дисциплина «Введение в систему СМИ и коммуникаций» относится к профессиональному циклу СПО и направлена на формирование общих компетенций:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

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

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

• оперировать понятиями и категориями, относящимися к СМИ, информационному процессу и системе коммуникаций;

• использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
• организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
• использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**
• принципы организации и функционирования современной системы СМИ и коммуникаций;
• особенности функционирования различных видов СМИ;
• специфику работы журналиста и журналистских организаций;
• тенденции в развитии современных СМИ.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**126**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**84**
Теоретическое обучение (в том числе)	**56**
Лабораторных и практических занятий (в том числе)	**28**
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**42**
Промежуточная аттестация в форме	Диф.зачет

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Современная система коммуникаций.	**Содержание учебного материала**		
	1. Понятие коммуникационного процесса, предмет его регулирования. Значение коммуникационного процесса. 2. Понятие системы коммуникаций. 3. Основные модели, типы и виды коммуникаций. 4. Место СМИ в системе коммуникаций. 5. Глобализация коммуникационного процесса в мире.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*2*	
Тема 2. Профессия — журналист. Ее роль и значение в обществе.	**Содержание учебного материала**		
	1. Генезис профессии журналиста. 2. Краткая история формирования журналистики в России и в мире. 3. Тенденции развития журнализма. 4. Роль и значение профессии в современном обществе. 5. Правовые истоки свободы слова. 6. Ответственность журналиста перед обществом.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	
	Практическая работа, обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и	*1,5*	

	защита.		
Тема 3. Современная российская журналистика. Факторы влияния на журнализм.	**Содержание учебного материала**		
	1. Основные тенденции развития современной журналистики в России. 2. Права и обязанности журналиста. 3. Цели и задачи, функции журналисткой работы. 4. Факторы влияния на журнализм. 5. Роль общественного мнения и институтов гражданского общества в воздействии на СМИ. 6. Отношения «журнализм-власть». 7. Новые вызовы в журналистике.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*1,5*	
Тема 4. Журналистика. Специфика профессии, слагаемые профессионализма. Профессиограмма журналиста.	**Содержание учебного материала**		
	1. Основные требования к компетенциям, творческим и техническим навыкам современного журналиста для разных типов СМИ. 2. Роль профессионального образования и наработанного опыта в формировании журналиста. 3. Профессиональные требования к деятельности журналиста. 4. Типы работы, важнейшие производственные операции, обязанности. 5. Личные качества журналиста. Морально-нравственный кодекс. 6. Условия работы. 7. Основные трудности в профессии. 8. Повышение квалификации и саморазвитие в профессии. 9. Профессиограмма журналиста: категории и признаки.	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	

	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	2	
Тема 5. Технология деятельности журналиста.	**Содержание учебного материала**		
	1. Понятие источников информации. Их виды. 2. Принципы сбора и обработки информации. Категория достоверности. 3. Формирование круга экспертов. 4. Основные жанры журналистских материалов. 5. Коммуникации с различными целевыми аудиториями. 6. Использование технических средств. 7. Взаимодействие в рамках редакции.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*1,5*	
Тема 6. Журналистские организации	**Содержание учебного материала**		
	1. Правовые основы, цели и задачи создания и функционирования журналистских организаций в России и мире. 2. История журналистских организаций. 3. Принципы функционирования журналистских организаций. 4. Центральные и региональные организации в России. 5. Условия вступления и работы в рамках журналистских организаций. 6. Защита интересов журналистов. 7. Влияние журналистских организаций на общественный процесс.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1*	

	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*1,5*	
Тема 7. Журналистское образование	**Содержание учебного материала**		
	1. Понятие журналистского образования в системе современных коммуникаций. 2. Цели и задачи журналистского образования. 3. Основные вузы, выпускающие журналистов в России и в мире. 4. Наполнение учебных программ, сочетание журналистской теории и практики. 5. Изучение творческого процесса и технических средств коммуникации. Выработка профессиональных навыков. 6. Роль практики в образовании журналиста. 7. Роль педагогов и журналистов-практиков в воспитании журналиста. 8. Морально-нравственное наполнение учебного процесса.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*1,5*	
Тема 8. Тенденции развития СМИ. Т ипологическая структура современной прессы.	**Содержание учебного материала**		
	1. Понятие системы СМИ. 2. Основные виды СМИ и принципы их функционирования. 3. Современные тенденции развития СМИ. 4. Организационно-правовые нормы функционирования СМИ. 5. Повышение роли электронных медиа и их влияние на общество и структуру СМИ. 6. Эффекты воздействия СМИ. 7. Типологическая структура современной прессы. 8. Основные проблемы и вызовы развития современных СМИ.	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	

	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*1,5*	
Тема 9. Печатные СМИ. Структурно-типологические особенности.	**Содержание учебного материала**		
	1. Роль и место печатных СМИ в современном коммуникационном процессе. 2. Социально-экономические условия функционирования печатных СМИ. 3. Основная аудитория печатных СМИ. 4. Особенности развития печатной прессы в России и в мире. 5. Виды газет и журналов. 6. Реклама в печатных СМИ. 7. Особенности работы редакции печатных СМИ. 8. Перспективы развития печатной прессы	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*2*	
Тема 10. Телевидение и радиовещание в системе СМИ. Структурно-типологические особенности.	**Содержание учебного материала**		
	1. Роль и место телевидения и радиовещания в современном коммуникационном процессе. 2. Социально-экономические условия функционирования телевидения и радиовещания. 3. Основная аудитория телевидения и радио. 4. Особенности развития телевидения и радио в России и в мире. 5. Структурно-типологические особенности радио и телевидения. 6. Виды программ, информационное и развлекательное вещание, формирование программной сетки. 7. Технические принципы организации вещания. 8. Реклама на телевидении и радио.	*4*	

	9. Особенности работы редакций телевидения и радио. 10. Перспективы развития телевидения и радио.		
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*2*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*2*	
Тема 11. Сетевые СМИ: структурно-типологические особенности, многообразие форм.	**Содержание учебного материала**		
	1. Понятие сетевых СМИ. 2. Роль и значение Интернета и сетевых СМИ в жизни общества. 3. Социально-экономические условия функционирования сетевых СМИ. 4. Аудитория сетевых СМИ. 5. Понятие «сетевой журналистики»: основные особенности. 6. Структурно-типологические особенности сетевых медиа. 7. Виды сетевых СМИ, принципы организации информационной работы. 8. Реклама в сетевых СМИ. 9. Основные проблемы сетевых СМИ. 10. Перспективы развития сетевых медиа.	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*2*	
Тема 12. Корпоративные СМИ.	**Содержание учебного материала**		
	1. Понятие корпоративных СМИ. 2. Цели и задачи создания и функционирования корпоративных СМИ. 3. Особенности журналистской работы.	*2*	

	4. История корпоративных СМИ в России. 5. Успешные примеры деятельности корпоративных СМИ. 6. Организации корпоративных СМИ.		
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*1,5*	
Тема 13. Информационные агентства.	**Содержание учебного материала**		
	1. История развития информационных агентств. 2. Роль информагентства в коммуникационном процессе. 3. Цели и задачи создания информационных агентств. 4. Основные информационные агентства современной России. 5. Принципы организации деятельности информагентства. 6. Особенности информационной работы в агентстве. 7. Роль информационных агентств в глобальном коммуникационном процессе.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*1,5*	
Тема 14. Конвергентная редакция.	**Содержание учебного материала**		
	1. Понятие конвергентной редакции. 2. Особенности работы редакции мультимедийных СМИ. 3. Структура и направления деятельности конвергентной редакции. 4. Компетенции сотрудников. 5. Рекламная коммуникация. 6. Техническое оснащение конвергентной редакции. 7. Примеры деятельности успешных конвергентных редакций в России. 8. Перспективы и тенденции развития конвергентных редакций.	*4*	

	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1,5*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*2*	
Тема 15. Формы организации информационных предприятий.	**Содержание учебного материала**		
	1. Понятие и цели создания информационных предприятий. 2. Экономические и правовые основы деятельности. Медиаэкономика. 3. Система управления информационными предприятиями. 4. Виды информационных предприятий. 5. Структура информационного предприятия. 6. Примеры деятельности успешных информационных предприятий в России. 7. Роль информационных предприятий в коммуникационном процессе.	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1*	
	Практическая работа обучающихся Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.	*1,5*	
Тема 16. Трансформация системы СМИ на современном этапе	**Содержание учебного материала**		
	1. Основные тенденции трансформации системы СМИ. 2. Изменения в традиционных СМИ. 3. Перспективы развития электронных СМИ. 4. Динамика аудитории СМИ. 5. Основные проблемы трансформации современных СМИ.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите.	*1*	
	Практическая работа обучающихся	*2*	

	Практическая работа с использованием методических рекомендаций преподавателя, ее оформление и защита.		

Тематика и планы практических занятий:

Практическое занятие №1. «Познание современного коммуникационного процесса».
Темы для обсуждения:
1. Мое место в коммуникационном процессе.
2. Межличностные и массовые коммуникации.
3. Система коммуникаций и общество.

Практическое занятие № 2. «Современная журналистика»
Темы для обсуждения:
1. Портрет журналиста-профессионала.
2. Журналист, которого я уважаю.
3. Чего не хватает современной журналистике.
4. Актуальные жанры журналистики.

Практическое занятие № 3. «Роль журналиста в современном мире»
Темы для обсуждения:
1. Миссия профессии «журналист».
2. Журналист - борец, правдоискатель или мифотворец?
3. Журналистские материалы, изменившие мир.
4. Влияние журналистики и СМИ на общество и власть.

Практическое занятие №4. «Журналистские организации и защита прав журналистов»
1. Профессиональные сообщества: устаревшая схема работы или активный игрок на коммуникационном пространстве.
2. Деятельность современных журналистских организаций в России.
3. Громкие события последних лет, в которых принимали участие журналистские организации.

4. Эффективны ли журналистские организации для защиты прав журналистов?

Практическое занятие № 5. «Печатные СМИ, радио и телевидение»

Темы для обсуждения:
1. СМИ, которые я выбираю.
2. Будущее печатных и электронных СМИ.
3. Достоверность информации в различных СМИ.
4. СМИ, играющие ключевую роль в современной Российской Федерации.

Практическое занятие №6. «Интернет-медиа»
1. Специфика подачи информации в Интернет-СМИ.
2. Мои главные источники информации в Интернете.
3. Об информационных угрозах Интернета.
4. Существует ли «сетежурналистика»?
5. Информационные ресурсы социальных сетей.

Практическое занятие №7. «Конвергентные СМИ»
1. Изучение примеров конвергентных СМИ.
2. Основные преимущества и недостатки конвергентного подхода.
3. Мой опыт взаимодействия с конвергентными СМИ.
4. Видение будущего: каким я вижу развитие конвергенции в медиа?

Практическое занятие №8. «Корпоративные СМИ»
1. Студенческая пресса.
2. Корпоративные медиа - традиционные и современные.
3. Работа ассоциаций корпоративных медиа.
4. Интересные примеры корпоративных СМИ.

Практическое занятие № 9. «Информационные предприятия»
1. Примеры различных видов информационных предприятий.
2. Медиахолдинги и медиагруппы, важные для коммуникационного процесса в России.
3. Крупнейшие издательские дома.Структура крупных транснациональных медиахолдингов.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия зала судебных заседаний;
Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся, рабочее место преподавателя; Технические средства обучения: мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 03.07.2016) **"О средствах массовой информации"** (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016)

Амзин А. Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 143 с.

Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики. М.: Феникс - , 2009. - 352 с.

Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб.: Питер. 2011.285 с.

Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 200 с.

Засурский Я.Н. Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации. М.: 2001. 234 с.

Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учеб, пособие / А. В. Колесниченко. - М. : Изд-во Моск, ун-та, 2008. - 192 с.

Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс -,2011,- 224 с.

Лумап Н. Медиа коммуникации. М.: Логос. 2005. 280 с.

Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. - СПб. : Знание. СПб ИВЭСЭП, 2000. - 272 с.

Почепцов Г.Г. Теория коммуникации.: М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер". 2001. 656 с.

Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. Хрестоматия. М.: Институт проблем информационного права, 2004. - 352 с.

Ситников В. П. Техника и технология СМИ. Печать, радио, телевидение. М.: Филологическое общество "Слово", АСТ, ВКТ - Москва, 2011. - 416 с.

Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб, пособие / А. А. Тертычный. - М. : Аспект Пресс, 2000. - 312 с.

Шарков Ф. И. Социология массовой коммуникации В 2 ч.: Учеб, пособие для студ. вузов,

обучающихся по спец. 350400-"Связи с общественностью"/ Ф.И.Шарков, А.А.Родионов; Акад. тр. и соц. отношений.- М., Социальные отношения: Перспектива, 2004.- 261 с. *

Интернет-ресурсы:

1. Электронная библиотека по журналистике: http://journ.chuvsu.ru/index.php/medya/elektronnaya-biblioteka-po-zhurnalistike
2. Подборка материалов и научных статей по журналистике: http://gu-ural.ru/doc/U-Biblio-Resursy-Jurnalistika.html
3. Электронный справочник по журналистике Томского государственного университета: http://www.lib.tsu.ru/win/dokument/spravochn/zhiirn.pdf
4. Факультет журналистики МГУ: http://www.journ.msu.ru/
5. Факультет международной журналистики МГИМО: http:// mgimo .ru/study/facu 1 ty/j ournal ism
6. Журнал «Журналист»: http://journalist-virt.ru/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (усвоенные умения, знания)	**Коды формируемых общих компетенций**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Уметь:		
оперировать понятиями и категориями из области коммуникаций и журналистики	ОК 11	Самостоятельная работа, практические занятия
использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	ОК 5	Самостоятельная работа, практические занятия
организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК 2	Доклад, деловые игры
обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	ОК 11	Решение практических задач, ролевые игры
Знать:		
принципы организации современной системы СМИ и коммуникаций		
особенности функционирования различных видов СМИ	ОК 11	Ответы на вопросы
специфику работы журналиста и журналистских организаций	ОК 2	Самостоятельная работа, практические занятия
тенденции в развитии современных СМИ	ОК 2	Ответы па вопросы

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

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

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

Вопросы к зачету (экзамену)

1. Понятие коммуникационного процесса, предмет его регулирования. Значение коммуникационного процесса.
2. Понятие системы коммуникаций.
3. Основные модели, типы и виды коммуникаций.
4. Место СМИ в системе коммуникаций.
5. Глобализация коммуникационного процесса в мире.
6. Генезис профессии журналиста.
7. Краткая история формирования журналистики в России и в мире.
8. Тенденции развития журнализма.
9. Роль и значение профессии «журналист» в современном обществе.
10. Правовые истоки свободы слова.
11. Ответственность журналиста перед обществом.
12. Основные тенденции развития современной журналистики в России.
13. Права и обязанности журналиста.
14. Цели и задачи, функции журналисткой работы.
15. Факторы влияния на журнализм.
16. Роль общественного мнения и институтов гражданского общества в воздействии на СМИ.
17. Отношения «журнализм-власть».
18. Новые вызовы в журналистике.
19. Основные требования к компетенциям, творческим и техническим навыкам современного журналиста для разных типов СМИ.
20. Роль профессионального образования и наработанного опыта в формировании журналиста.
21. Профессиональные требования к деятельности журналиста.
22. Типы работы, важнейшие производственные операции, обязанности.
23. Личные качества журналиста. Морально-нравственный кодекс.
24. Условия работы.
25. Основные трудности в профессии.
26. Повышение квалификации и саморазвитие в профессии.
27. Профессиограмма журналиста: категории и признаки.
28. Понятие источников информации. Их виды.
29. Принципы сбора и обработки информации. Категория достоверности.
30. Формирование круга экспертов.
31. Основные жанры журналистских материалов.
32. Коммуникации с различными целевыми аудиториями.
33. Использование технических средств.
34. Взаимодействие в рамках редакции.
35. Правовые основы, цели и задачи создания и функционирования журналистских организаций в России и мире.
36. История журналистских организаций.
37. Принципы функционирования журналистских организаций.
37. Центральные и региональные журналистские организации в России.
38. Условия вступления и работы в рамках журналистских организаций.
39. Защита интересов журналистов.
40. Влияние журналистских организаций на общественный процесс.
41. Понятие журналистского образования в системе современных коммуникаций.
42. Цели и задачи журналистского образования.
43. Основные вузы, выпускающие журналистов в России и в мире.
44. Наполнение учебных программ, сочетание журналистской теории и практики.

45. Изучение творческого процесса и технических средств коммуникации. Выработка профессиональных навыков.
46. Роль практики в образовании журналиста.
47. Роль педагогов и журналистов-практиков в воспитании журналиста.
48. Морально-нравственное наполнение учебного процесса.
49. Понятие системы СМИ.
50. Основные виды СМИ и принципы их функционирования.
51. Современные тенденции развития СМИ.
52. Организационно-правовые нормы функционирования СМИ.
53. Повышение роли электронных медиа и их влияние на общество и структуру СМИ.
54. Эффекты воздействия СМИ.
55. Типологическая структура современной прессы.
56. Основные проблемы и вызовы развития современных СМИ.
57. Роль и место печатных СМИ в современном коммуникационном процессе.
58. Социально-экономические условия функционирования печатных СМИ.
59. Основная аудитория печатных СМИ.
60. Особенности развития печатной прессы в России и в мире.
61. Виды газет и журналов.
62. Реклама в печатных СМИ.
63. Особенности работы редакции печатных СМИ.
64. Перспективы развития печатной прессы.
65. Роль и место телевидения и радиовещания в современном коммуникационном процессе.
66. Социально-экономические условия функционирования телевидения и радиовещания.
67. Основная аудитория телевидения и радио.
68. Особенности развития телевидения и радио в России и в мире.
69. Структурно-типологические особенности радио и телевидения.
70. Виды программ, информационное и развлекательное вещание, формирование программной сетки.
71. Технические принципы организации вещания.
72. Реклама на телевидении и радио.
73. Особенности работы редакций телевидения и радио.
74. Перспективы развития телевидения и радио.
75. Понятие сетевых СМИ.
76. Роль и значение Интернета и сетевых СМИ в жизни общества.
77. Социально-экономические условия функционирования сетевых СМИ.
78. Аудитория сетевых СМИ.
79. Понятие «сетевой журналистики»: основные особенности.
80. Структурно-типологические особенности сетевых медиа.
81. Виды сетевых СМИ, принципы организации информационной работы.
82. Реклама в сетевых СМИ.
83. Основные проблемы сетевых СМИ.
84. Перспективы развития сетевых медиа.
85. Понятие корпоративных СМИ.
86. Цели и задачи создания и функционирования корпоративных СМИ.
87. Особенности журналистской работы.
88. История корпоративных СМИ в России.
89. Успешные примеры деятельности корпоративных СМИ.
90. Организации корпоративных СМИ.
91. История развития информационных агентств.
92. оль информагентства в коммуникационном процессе.

93. Цели и задачи создания информационных агентств.
94. Основные информационные агентства современной России.
95. Принципы организации деятельности информагентства.
96. Особенности информационной работы в агентстве.
97. Роль информационных агентств в глобальном коммуникационном процессе.
98. Понятие конвергентной редакции.
99. Особенности работы редакции мультимедийных СМИ.
100. Структура и направления деятельности конвергентной редакции.
101 .Компетенции сотрудников.
102. Рекламная коммуникация.
103. Техническое оснащение конвергентной редакции.
104. Примеры деятельности успешных конвергентных редакций в России.
105. Перспективы и тенденции развития конвергентных редакций.
106. Понятие и цели создания информационных предприятий.
107. Экономические и правовые основы деятельности информационных предприятий. Медиаэкономика.
108. Система управления информационными предприятиями.
109. Виды информационных предприятий.
110. Структура информационного предприятия.
111. Примеры деятельности успешных информационных предприятий в России.
112. Роль информационных предприятий в коммуникационном процессе.
113. Основные тенденции трансформации системы СМИ.
114. Изменения в традиционных СМИ.
115. Перспективы развития электронных СМИ.
116. Динамика аудитории СМИ.
117. Основные проблемы трансформации современных СМИ.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Программа подготовки специалистов среднего звена (базовый уровень)

Специальность 42.02.01 РЕКЛАМА

Форма обучения - ОЧНАЯ

Москва 2021

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26 июня 2014 г. N 32859).

Организация-разработчик:
ПО АНО "Международный институт бизнеса и управления"(колледж).

Разработчик программы:
Петросян Эльвира Наримановна,
преподаватель колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы.

Рабочая программа учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является частью профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 РЕКЛАМА.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, а именно в программах повышения квалификации и переподготовки.

1.2. Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в состав общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла.

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

Цель курса - дать общие понятия о психологических особенностях протекания массовой коммуникации, познакомить студентов с профессиональной терминологией, с которой им придется сталкиваться в практической деятельности.

Задачи курса. Основными задачами курса являются:

- изучение специфики коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации;
- раскрытие специфических сторон общения в массовой коммуникации;
- изучение социальных и социально-психологических функций массовой коммуникации;
- социально-психологическое изучение структурных компонентов массовой коммуникации;
- исследование эффективности массовой коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

-выделять психологические компоненты коммуникационных процессов;

-видеть сходства и различия психологических концепций, описывающих психологические механизмы сбора и обработки людьми информации в коммуникационных процессах;

-применять на практике знания психологических законов трансформации информации;;

Уметь:

-приемами грамотного реагирования на конвенциональное и стихийное поведение людей, их массовые настроения;

-приемами психологического обеспечения различных видов политических коммуникаций

В результате освоения дисциплины формируются компетенции: учета психологического фактора в организации коммуникационных процессов, овладения основными психологическими приемами построения коммуникационного процесса, способность и готовность использовать психологические знания в деятельности ПР-специалиста как в межличностном, так и межгрупповом взаимодействии.

Владеть:

- основными психологическими приемами построения коммуникационного процесса,
- психологическими знаниями в деятельности ПР-специалиста как в межличностном, так и межгрупповом взаимодействии.

Должен демонстрировать способность и готовность: применять полученные знания на практике

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-2 (общекультурные	умением логически верно, аргументированно и ясно

компетенции)	строить устную и письменную речь
ОК-3 (общекультурные компетенции)	готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе
ОК-6 (общекультурные компетенции)	стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
ОК -8(общекультурные компетенции)	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:
ПК-6 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации.
ЗНАТЬ - структуру и функции коммуникатора в массмедиа, - основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации - условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией,
УМЕТЬ:
- исследовать общественное мнение и использовать тактики и приемы его управлением через средства массовой коммуникации; - выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; - анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия, - оценивать возможности применения концепций воздействия масс-медиа для организации эффективных коммуникативных кампаний,
ВЛАДЕТЬ:
- навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций, - навыками психологического иссле1дования массовых коммуникаций, - способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач.

ПК-7 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ЗНАТЬ:
- свойства массмедийных сообщений - принципы и технологии «Паблик Рилейшенз»; - приемы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию; - методы формирования привлекательного имиджа;
УМЕТЬ:
- анализировать влияние медийного канала коммуникации на эффективность массовой коммуникации, - обосновывать с психологической точки зрения выбор массмедийного канала для конкретных коммуникативных кампаний - сопоставлять различные результаты исследований медиа1аудитории и использовать их в профессиональной деятельности
ВЛАДЕТЬ:
- приемами адаптации информации для передачи по конкретному каналу коммуникации. - основными методами психологического воздействия в массовой коммуникации и «Паблик Рилейшенз»

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

2.1.Объем дисциплины "Психология массовых коммуникаций".

Изучается заочно студентами 4-го курса, обучающихся по направлению 42.02.01 Реклама в течение 7 и 8 семестров.

Вид учебной работы	Объем часов		
	I семестр	II семестр	Итого
Максимальная учебная нагрузка (всего)	32	36	68
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего), в том числе:			
лекции	20	26	46
практические занятия	12	10	22
самостоятельная работа			
Промежуточная аттестация	Зачет		
Итоговая аттестация		Диф.зачет	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины Психология массовых коммуникаций

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**2**	**4**
Раздел 1. Теоретические и практические аспекты психологии массовых коммуникаций			*8*	
Тема 1.1. Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций.	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	1-2	Понятие и основные задачи психологии массовых коммуникаций. Методы курса. Массовая коммуникация в контексте психологии.	*2*	
Тема 1.2 Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации	**Практическое занятие**		***2***	*2*
	3-4	1. Психология ролевой деятельности участников массовой коммуникации. 2. Понятие "цепь массовой коммуникации". 3. Источники массовой коммуникации: сообщение, принцип выбора, особенности печатных средств и т.д.	*2*	
Тема 1.3 Психологические особенности коммуникации	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	5-6	Диалогическое и монологическое общение. Интерактивная, коммуникативная и перцептивная стороны общения. Потребности, реализуемые в процессе общения как критерии удовлетворённости общением. Составление словаря основных понятий по теме «Типы и стороны общения».	*2*	
Тема 1.4 Установка и стереотип	**Практическое занятие**		***2***	*1*
	7-8	1. Установка в структуре личности. 2. Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации 3. Мыслительный и знаковый стереотипы. 4. Пропагандистский стереотип. 5. Формирование стереотипов. 6. Специфика коммерческого и политического стереотипа - имиджа. 7. Технология создания и разрушения стереотипов.	*2*	
Раздел 2. Перцептивный аспект общения			***8***	
Тема 2.1 Эффективность массовой коммуникации	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	9-10	Понятие эффективности, эффекта, действенности (результативности) массовой коммуникации. Барьеры массовой коммуникации. Основные эффекты массовой коммуникации: нейтральная реакция, малые изменения, перестройка взглядов (конверсия) и т.д.	*2*	
Тема 2.2 Влияние	**Практическое занятие**		***6***	*1*

массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение	11-12	Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации и как критерии их эффективности. Массовое поведение (толпа, паника, мода и т.д.) и воздействие средств массовой коммуникации.	*2*	*2*
	13-14	Слухи как неформальная коммуникация	*2*	
	15-16	Психологическая детерминированность внушения и убеждения	*2*	
Раздел 3. Психологические особенности коммуникации**.**			**14**	
Тема 3.1 Составные особенности коммуникации.	**Содержание учебного материала**		***6***	
	13-14	Внимание. Виды, особенности проявления.	*2*	*1*
	15-16	Восприятие. Понятие восприятия. Восприятие как процесс. Внимание к информации и восприятие	*2*	
	17-18	Понимание. Понятие понимания. Память. Понятие памяти. Виды памяти.	*2*	*1*
	19-20	Стратегии межличностного взаимодействия: соперничество, сотрудничество, компромисс, избегание, приспособление. Особенности реализации различных стратегий в процессе межличностного взаимодействия	*2*	
Тема 3.2 Мотивы и потребности.	**Содержание учебного материала**		***2***	
	21-22	Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ. Убеждение и внушение.	*2*	*1*
Тема 3.3 Установка	**Практическое занятие**		***4***	
	23-24	Установка. Понятие установки. Физиологическая основа установки. Установка в структуре личности. Иерархия установок. Фиксированная установка.	*2*	*1*
	25-26	Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации. Корректирование установки. Смена установки.	*2*	*1*
Раздел 4. Стереотипы			*6*	
Тема 4.1 Понятие и психологическая основа стереотипов	**Содержание учебного материала**		***2***	
	27-28	Стереотип. Понятие стереотипа. Психологическая основа стереотипа. Виды стереотипов: мыслительный и знаковый, стереотип общепсихологический и социально-психологический, истинный и ложный, положительный и отрицательный, пропагандистский стереотип. Штамп. Клише. Многообразие форм стереотипов.	*2*	*1*
Тема 4.2 Формирование стереотипов	**Практическое занятие**		**4**	
	29-30	Стереотип как вид памяти. Формирование стереотипов. Устойчивость стереотипов. Стереотип и установка. Взаимодействие стереотипа и установки. Значение и смысл.	*2*	*1*
	31-32	Стереотип - имидж. Конструирование имиджа. Особенности образа - имиджа. Условия успешного функционирования имиджа. Специфика коммерческого и политического	*2*	

		имиджа. Технология создания и разрушения стереотипов.		
Раздел 5. Эффективность массовой коммуникации			*6*	
Тема 5.1 Понятие эффективности.	Содержание учебного материала		*6*	
	33-34	Понятие эффективности, эффекта, действенности (результативности) массовой коммуникации. Барьеры массовой коммуникации. Ожидания и предрасположенность аудитории массовой коммуникации. Критерий эффективности сообщения	*2*	*2*
Тема 5.2 Социально-психологические эффекты массовой коммуникации	35-36	Интерес как основа эффективности массовой коммуникации. Социально-психологические эффекты массовой коммуникации. Критерии, способы и методы оценки эффективности массовой коммуникации.	*2*	*1*
	37-38	Понятия подражания и заражения. Понятие массовых вкусов. Закономерности массового поведения и реклама. Психология моды.	*2*	*1*
Раздел 6. Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение			*18*	
Тема 6.1 Общественное мнение	Содержание учебного материала		*18*	
	39-40	Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации и как критерии их эффективности. Формы воздействия средств массовой коммуникации на процесс формирования и на функционирование общественного мнения.	*2*	*1*
	41-42	Воздействие общественного мнения на средства массовой коммуникации. Средства массовой информации как рупор общественного мнения	*2*	*1*
Тема 6.2 Массовое поведение	43-44	Массовое поведение (толпа, паника, мода) и воздействие средств массовой коммуникации. Использование механизмов массового поведения (в частности, подражание и заражение) в СМИ. Закономерности массового поведения и реклама.	*2*	*2*
Тема 6.3 Слухи как неформальная коммуникация.	45-46	Слухи. Понятие слуха. Анализ функционирования слухов как способ изучения потока массовой коммуникации внутри аудитории. Лабораторные способы изучения преобразования информации в процессе межличностного общения.	*2*	*1*
	47-48	Факторы, определяющие появление слухов. Формула и закон слуха. Формы слухов. Разрушительная роль слухов. Ступени нарастания слухов. Аудитория слухов. Роль СМИ в распространении слухов. Роль личного интереса.	*2*	*1*
	49-50	Роль рационализации. Подгонка под стереотип. Переработка сообщений. Причины искажений сообщений, содержащихся в слухе. Психологическая база искажений.	*2*	*1*
	51-52	Виды слухов. Средства массовой информации и слухи. Использование слухов как средства и канала в рекламе. Способы дезавуирования слухов. Привитие иммунитета к слухам как способ борьбы со слухами.	*2*	*2*

Тема 6.4 Ложь в политике	53-54	Понятие, структура и функции политической лжи. Ложь как феномен политического общения. Механизмы влияния общественной психологии. Единство объективных и субъективных причин возникновения политической лжи.	*2*	*1*
	55-56	Мотивация политической лжи. Социально-психологические условия возникновения политической лжи: личный уровень, ближайшее профессиональное окружение, формальная и неформальная информация. Формы политической лжи. Вербальные и невербальные признаки обнаружения политической лжи. Понятие политического блефа.	*2*	*1*
Раздел 7. Психологическая детерминированность внушения и убеждения				
Тема 7.1 Механизмы внушения и убеждение в массовых коммуникациях.	Содержание учебного материала			
	57-58	Внушение и убеждение в культурно-философском, социально-политическом и психологическом контекстах. Общее и особенное в убеждении и внушении как механизмах влияния на людей.	*2*	*1*
	59-60	Эмоциональные, экзистенциальные и культурные составляющие в процессах внушения и убеждения.	*2*	*2*
	61-62	История развития концепций и методов внушения и убеждения во взаимоотношениях личности и общества	*2*	*2*
Тема 7.2 Манипулирование как способ психологического воздействия	63-64	Манипулирование сознанием как способ психологического воздействия. Понятия и функции манипуляции. Уровни и этапы манипуляционного воздействия. Приемы манипуляций: преподнесение "нужной" в данный момент, сфабрикованной информации; преднамеренное утаивание истинных сведений; информационная перезагрузка и др.	*2*	*1*
	Практическое занятие		*4*	
	65-66	Политические коммуникации и манипуляции.	*2*	*1*
	67-68	Психология рекламной коммуникации. Особенности используемых приемов в убеждении и внушении.	*2*	*1*
Итоговая форма контроля - ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ЗАЧЕТ				
Лекционных занятий			**46**	
Практических занятий			**22**	
Всего			**68**	

Примерные вопросы к итоговому дифференцированному зачету

1. Межличностная и массовая коммуникация. Различие традиционных каналов СМК.
2. Общая характеристика влияния массовой коммуникации, скорость и степень влияния. Осознание влияния СМК.
3. Теория прайминга и модель повестки дня.
4. Когнитивная и бихевиоральная модели убеждения.
5. Взаимосвязь аттитюдов, намерений и поведения.
6. Социально-когнитивная теория А.Бандуры.
7. Функции СМК.
8. Специфика новостных сообщений в СМК и их эффективность.
9. Особенности коммуникатора, оказывающие влияние на эффективность убеждающего сообщения.
10. Особенности аудитории, оказывающие влияние на эффективность убеждающего сообщения.
11. Особенности сообщения, оказывающие влияние на его эффективность.
12. Последствия демонстрации агрессии в СМК, условия ее влияния.
13. Последствия демонстрации откровенных сексуальных материалов в СМК.
14. Роль СМК в возникновении и протекании межгрупповых конфликтов.
15. Направления влияния СМК в сфере политики.
16. Роль СМК в оптимизации межгруппового контакта.
17. СМК, кампании социального маркетинга, образовательные и развлекательные передачи.
18. Пользователи Интернета. Особенности общения в Интернете.
19. Интернет-зависимость.
20. Обучающий и убеждающий потенциал Интернет-коммуникации.
21. Электронные" дискуссионные группы.

3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению для реализации программы дисциплины "Психология массовых коммуникаций" для очного отделения 42.02.01. Реклама требует наличия технических средств обучения обеспечения процесса дистанционного обучения с используются следующие средства дистанционного обучения: специализированные учебники с мультимедийными сопровождениями, электронные учебно-методические комплексы, включающие электронные учебники, учебные пособия, тренинговые компьютерные программы, компьютерные лабораторные практикумы, контрольно-тестирующие комплекты, учебные видеофильмы, аудиозаписи, иные материалы (учебно-методический комплекс).

Оборудование учебного кабинета: рабочее место преподавателя и технические средства обучения: компьютер, мультимедийное оборудование.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, схемы, чертежи, графики, диаграммы, модели и макеты, презентации.

3.2.Данная программа для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ реализуется с соблюдением следующих условий:

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (меньший объём практических работ и их количество, увеличение сроков подготовки к зачетным работам);
- для лиц с нарушениями слуха (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде);
- для лиц с нарушениями зрения (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде).

Проведение рубежного и промежуточного контроля уровня усвоения знаний по разделам дисциплины, а также предварительного итогового контроля уровня усвоения знаний за семестр рекомендуется проводить в компьютерном классе с использованием автоматизированной обработки результатов тестирования.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы ***Основные источники:***

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. Учебное пособие / Г.П. Бакулев. - М.: Аспект пресс, 2016**.** - 176 с.
2. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество / М.М. Назаров. - М.: Аванти плюс, 2016**.** - 432 с.
3. Бороздина, Г. В. Психология общения : учебник и практикум для СПО / Г. В. Борозди1на, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 463 с. - (Серия: Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-00753-

Дополнительные источники:

1. Афанасьева Е.А. Психология общения. Часть 1 [Электронный ресурс]: учебное пособие по курсу «Психология делового общения» / Афанасьева Е.А.- Электрон. текстовые дан1ные. - Саратов: Вузовское образование, 2014. - 106 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/19277.- ЭБС «IPRbooks». 2. Афанасьева Е.А. Психология общения. Часть 2 [Электронный ресурс]: учебное пособие по курсу «Психология делового общения» / Афанасьева Е.А.- Электрон. текстовые дан1ные. - Саратов: Вузовское образование, 2014. - 126 с.- Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/19278.- ЭБС «IPRbooks».

3. Социология массовой коммуникации : Учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с. Режим доступа: http://znanium.com/bookread.php?book=404699

Интернет-ресурсы:

1. Эффективное общение - http://psyfactor.org/lybr2-3.htm;
2.Психология общения - http://studme.org/1056041225108/psihologiya/psihologiya_obscheniya;
3. Психология общения - http://www.dgr.ru/psychology/otvety/19.
4. БИБЛИОТЕКА СОЦИОЛОГИИ, ПСИХОЛОГИИ, УПРАВЛЕНИЯ - http://soc.lib.ru/
5. Практическая психология общения и влияния. Проблема общения. Психология влияния. Гипноз и самогипноз. Социальная психология. - http://rapport.sitecity.ru
6. Психология влияния и психологическая безопасность. Консультации и тренинги. Материалы по контролю сознания и деструктивным культам (сайт психолога Евгения Волкова) - http://www.people.nnov.ru/volkov
7. Психология онлайн - http://www.psychological.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ "ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ"

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 6. Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические конфессиональные и культурные различия	Знать - особенности медиаповедения в современной инфосреде, - психологические особенности коммуникационного процесса Уметь - выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение, - использовать эффективные стратегии взаимодействия с массовой аудиторией, - использовать вербальные и невербальные техники психологического воздействия на массовую аудиторию; Владеть - навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения - приемами анализа современных медийных текстов, форм обратной связи аудитории в ходе массовой коммуникации	Путем проведения лекционных и практических аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы. ПОРОГОВЫЙ Способен работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические конфессиональные и культурные различия, грамотно и аргументировано общаться в устной и письменной форме при решении профессиональных задач ПОВЫШЕННЫЙ Способен организовывать деятельность коллектива, самостоятельно повышать уровень своего речевого развития, анализировать его применительно к задачам профессиональной деятельности.
ОПК-5 . Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать - категориальный аппарат дисциплины - структуру, виды, функции массовой коммуникации, ее отличия от других видов коммуникации - основы психологии массовой коммуникации Уметь - анализировать медийные тексты с точки зрения их соответствия закономерностям психических познавательных процессов аудитории - преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации. Владеть - приемами определения повестки дня СМИ - методами исследования коммуникатора. - приемами психологического анализа и	Путем проведения лекционных и практических аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы. ПОРОГОВЫЙ Способен в своей профессиональной деятельности использовать знания в области психологии массовой коммуникации и «Паблик Рилейшенз»; способен принимать участие в организации коммуникационных

	экспертной оценки рекламных и PR1текстов,	кампаний и мероприятий; ПОВЫШЕННЫЙ Способен критически оценивать и использовать в профессиональной деятельности наиболее продуктивные методы психологии массовой коммуникации и «Паблик Рилейшенз»., способен инициировать и самостоятельно организовывать коммуникационные кампании и мероприятия
ПК-6 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	Знать - структуру и функции коммуникатора в массмедиа, - основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации - условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией, Уметь - исследовать общественное мнение и использовать тактики и приемы его управлением через средства массовой коммуникации; - выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; - анализировать психологические основы массово1коммуникативного воздействия, - оценивать возможности применения концепций воздействия масс1медиа для организации эффективных коммуникативных кампаний Владеть - навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций, - навыками психологического исследования массовых коммуникаций, - способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач	Путем проведения лекционных и практических аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы. ПОРОГОВЫЙ Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации ПОВЫШЕННЫЙ Способен самостоятельно разрабатывать и оптимизировать эффективную коммуникационную структуру организации, обеспечивать эффективную внешнюю и внутреннюю коммуникацию
ПК-7 Способность	Знать - свойства массмедийных	Путем проведения

принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	сообщений - принципы и технологии «Паблик Рилейшенз»; - приемы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию; - методы формирования привлекательного имиджа; Уметь - анализировать влияние медийного канала коммуникации на эффективность массовой коммуникации, - обосновывать с психологической точки зрения выбор массмедийного канала для конкретных коммуникативных кампаний - сопоставлять различные результаты исследований медиа-аудитории и использовать их в профессиональной деятельности - адекватно оценивать теоретические проблемы массовой коммуникации и Паблик Рилейшенз использовать их основные положения и приоритеты при решении социальных и профессиональных задач Владеть - приемами адаптации информации для передачи по конкретному каналу коммуникации. - основными методами психологического воздействия в массовой коммуникации.	лекционных и практических аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы. ПОРОГОВЫЙ Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПОВЫШЕННЫЙ Способен самостоятельно планировать, разрабатывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия на основе имеющихся знаний и опыта.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, НАВЫКОВ

Оценки по формам текущего контроля выставляются по 5-ти балльной шкале. При оценке используются следующие критерии: соответствие содержания ответа заявленному вопросу(теме), поставленным целям и задачам; глубина / полнота рассмотрения темы; доказательная база / аргументированность / убедительность / обоснованность выводов; полнота ответов на вопросы; логичность / структурированность / целостность выступления;речевая культура (стиль изложения, ясность, четкость, лаконичность, доходчивость, пунктуальность, невербальное сопровождение, оживление речи афоризмами, примерами, цитатами и т.п.); самостоятельность суждений / владение материалом / компетентность.

Итоговый контроль - зачет, выставляется на основании оценок в течении семестра и итогового устного опроса .

Оценка	Критерии
ПОВЫШЕННЫЙ УРОВЕНЬ - ЗАЧЕТ	Студент показывает отличное знание теоретического материала, использование дополнительной литературы, полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
ПОРОГОВЫЙ УРОВЕНЬ - ЗАЧЕТ	Студент может определить основные элементы той или иной модели, излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; но излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
НЕ ЗАЧЕТ	Студент не знает основной теоретический материал, обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, овладению последующим материалом.

Итоговый контроль - дифференцированный зачет

Оценка	Критерии
Отлично (5)	Студент показывает отличное знание теоретического материала, использование дополнительной литературы, полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
Хорошо (4)	Теоретические знания основательные, оформление высказываний для решения поставленных задач соответствуют содержанию, может обосновать свои суждения, излагает материал

	последовательно, но допускает ошибки.
Удовлетво-рительно(3)	Студент может определить основные элементы той или иной модели, излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
Неудовлетво-рительно(2)	Студент не знает основной теоретический материал, обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, овладению последующим материалом.

Приложение 1
к Рабочей Программе по дисциплине
Психология массовых коммуникаций

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
Лекция. Понятие и основные задачи психологии массовых коммуникаций. Место психологии МК в системе психологических наук.	Лекция «пресс-конференция». Преподаватель просит студентов письменно в течение 2–3 минут задать ему интересующий каждого из них вопрос по объявленной теме лекции. Далее преподаватель в течение 3–5 минут систематизирует эти вопросы по их содержанию и начинает читать лекцию, включая ответы на заданные вопросы в ее содержании.
Практическое занятие. СМИ как специфическая форма воздействия на общественное мнение. Взаимодействие и взаимовлияние общества и СМИ. Оптимизация коммуникации в процессе деятельности СМИ.	Ролевая игра – это эффективная отработка вариантов поведения в тех ситуациях, в которых могут оказаться обучающиеся (например, аттестация, защита или презентация какой-либо разработки, конфликт с однокурсниками и др.). Игра позволяет приобрести навыки принятия ответственных и безопасных решений в учебной ситуации. Признаком, отличающим ролевые игры от деловых, является отсутствие системы оценивания по ходу игры.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ ПР-АКЦИИ

Среднее профессиональное образование
(базовый уровень)

Специальность **42.02.01 РЕКЛАМА**

Форма обучения Очная

Москва
2021 г.

При разработке рабочей программы по учебной дисциплине «Подготовка и проведение ПР-акции» в основу положены: Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 года № 510, зарегистрированного в Минюсте России от 26 июля 2014г. рег.№ 32859, учебный план по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовый) колледжа.

СОДЕРЖАНИЕ

1. **ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

2. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

3. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

4. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Подготовка и проведение ПР-акции» является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена и относятся к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу учебных дисциплин в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама».

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина «Подготовка и проведение ПР-акции» принадлежит к общепрофессиональным дисциплинам профессиональной подготовки обучающихся. Дисциплина находится в логической взаимосвязи с дисциплинами «Основы теории коммуникации», «Организация рекламного бизнеса», «Введение в систему СМИ и коммуникаций», «Этика делового общения». Полученные знания по данной дисциплине будут способствовать последующему успешному освоению профессиональных дисциплин в рекламе.

Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения обязательной части учебного цикла по общепрофессиональным дисциплинам обучающийся должен:

уметь:

- ориентироваться в наиболее общих проблемах организации ПР-деятелыюсти, т.е. технологии разработки ПР-акций и проведения ПР-кампаний;
- использовать различные принципы и формы проведения ПР-мероприятий;
- составлять основные виды специализированных текстовых документов, используемых в практике связей с общественностью;
- организовать и проводить пресс-конференции и выставки как базовые ПР-мероприятия в осуществлении связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

- основные этапы ПР-деятельности и основные элементы планирования и реализации связей с общественностью;
- принципы и формы проведения ПР-мероприятий;
- понятие и особенности социальных ПР-технологий;
- сущность информационного пакета для прессы как инструмента связей с общественностью;
- основные виды специализированных документов, используемых в практике организации связей с общественностью;
- ключевые проблемы организации и проведения пресс-конференции и различных выставки как базовые ПР-мероприятия в осуществлении связей с общественностью

1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Дисциплина «Подготовка и проведение ПР-акции» направлена на формирование следующих общих и профессиональных компетенций обучающегося:

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

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы

выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

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

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

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

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

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

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

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

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Учебная дисциплина изучается на 4 курсе, в течение 7-ого семестра.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

Виды учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка	54
Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося, в том числе:	36
- теоретическое обучение	20
- лабораторные и практические занятия	16
Самостоятельная нагрузка обучающегося	18
Форма промежуточной аттестации	зачет

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Тема 1. Основы организации ПР-деятельности: технология проведения ПР-кампаний и акций.	*Лекция.* Характеристика основных этапов технологической основы деятельности по связям с общественностью. Анализ основных элементов планирования и реализации деятельности по осуществлению связей с общественностью. Изучение основных факторов диагностики групп общественности. Характеристика основными составляющими диагностики. Анализ социальной структуры и проблемы сегментации групп общественности. Характеристика схемы построения структуры программы связей с общественностью и технология её разработки. Разработка концепции политики связей с общественностью и определение стратегии и плана ПР-кампании. Проблемы подведения итогов и проведения анализа полученных результатов проведения всей ПР-кампании. Основные инструменты оценки ПР-деятельности.	4	**2**
	Практическое занятие.		**2**
	Самостоятельная работа.	4	**2**
Тема 2. Общая характеристика проведения ПР-акций	*Лекция.* ПР-акция и её общая характеристика. Принципы проведения PR-мероприятий. Определение требований, учитываемых при рассмотрении вопроса о включении ПР-мероприятия в ПР-кампанию. Характеристика различных форм проведения ПР-акций. Изучение проблем организации ПР-мероприятий. Специальные или стимулирующие ПР-мероприятия и их характеристика. Определение специфических ПР-мероприятий.	4	**2**
	Практическое занятие.	4	**2**
	Самостоятельная работа.	4	**2**
Тема 3. Текстовые ПР-документы: формирование и	*Лекция.* Профессиональные текстовых ПР-документы и их общая характеристика. Группы внутренних и внешних ПР-документов. Описание параметров подготовки текстовых ПР-документов. Информационный пакет для прессы как один из основных	4	**2**

составление	инструментов связей с общественностью. Анализ состава и структуры пресс-пакета: особенности полного и минимального информационного пресс-пакетов. Вопросы оформления пресс-пакета. Основные виды специализированных документов, используемых в практике организации связей с общественностью и их характеристика. Основные принципы составления пресс-релиза. Основные технические правила оформления пресс-релиза. Учет ключевых правил размещения ПР-документов в прессе. Бэкграундер (информационное письмо) как один из видов специализированных ПР-документов: сущность, особенности, структура. Биография как вид специализированного текстового ПР-документа и её основные виды. Фактическая справка (факт-лист) как краткий справочный информационный материал для прессы.		
	Практическое занятие.	4	**2**
	Самостоятельная работа.	4	**2**
Тема 4. Пресс-конференция и выставка: проблемы организации и проведения.	*Лекция.* PR-мероприятия как один из важнейших элементов всей системы ПР-деятельности в целом. Пресс-конференция и её место системе ПР-деятельности. Отличительные особенности пресс-конференции. Концептуальная и организационная подготовка пресс-конференции. Пресс-секретарь и его основные функции. Характеристика базовых этапов подготовки пресс-конференции. Основные виды пресс-конференции. Характеристика выставки как ПР-мероприятия. Основные функции выставки как ПР-мероприятия. Основные классификации различных видов выставок. Этапы разработки и реализации выставочной деятельности. Особенности международной выставочной деятельности. Основные факторы, требующие учета национальных особенностей при организации и проведении международных выставок.	4	**2**
	Практическое занятие.	4	**2**
	Самостоятельная работа.	4	**2**
Тема 5. Политическая ПР-кампания: проблемы организации и проведения.	*Лекция.* Общая характеристика политических коммуникаций. Цели, задачи и основные типы политических коммуникаций. Анализ основополагающих принципов политических коммуникаций. Общая технологическая схема проведения ПР-кампании. Определение технологии связей с общественностью в политической сфере. Политический консалтинг как базовый компонент ПР-технологии в политической сфере. Основные позиции технологии политического консультирования. Существенные элементы политического консультирования. Политическая реклама и её структурная схема. Важнейшие этапы создания политической рекламы. Имиджмейкиинг как одно из современных и востребованных направлений ПР-деятельности в политической сфере. Основополагающие уровни структуры имиджа. Алгоритм формирования имиджа. Имидж и его внешние компоненты - составляющие. Узловые структурные блоки оптимальной технологии формирования имиджа.	6	**2**
	Практическое занятие.	4	**2**
	Самостоятельная работа.	4	**2**

2.3. Тематика и планы практических занятий

Практическое занятие 1.
Тема. Основы организации ПР-деятелыюсти.

Вопросы для обсуждения

1. Фундаментальные этапы ПР-деятелыюсти.
2. Основная стадия создания и реализации деятельности по связям с общественностью и её детальное описание.
3. Анализ полученных результатов на завершающей стадией технологии по связям с общественностью. Основные методы и инструменты оценки ПР-деятелыюсти.
4. Основные элементы планирования и реализации связей с общественностью.
5. Характеристика условно-последовательных звеньев планирования деятельности по осуществлению СО.
6. Диагностика групп общественности и определение целевых групп.
7. Анализ принципов проведения PR-мероприятий и требований, учитываемых при рассмотрении
вопроса о включении PR-мероприятия в PR-кампанию.
8. Характеристика основных форм проведения ПР-акций.

Практическое занятие 2.
Тема: Создание специализированных текстовых ПР-документов.

Вопросы для обсуждения

1. Общая характеристика профессиональных текстовых ПР-документы и. основных параметров их подготовки.
2. Анализ состава и структуры полного и минимального информационного пресс-пакетов.
3. Пресс-релиз: основные принципы составления и технические правила оформления.
4. Сущность, особенности, структура информационного письма (бэкграундера).
5. Биография и фактическая справка (факт-лист) как специализированные текстовые ПР-документы.

Вопросы и задания для самосз оя гельной работы

1. Подготовить минимальный информационный пресс-пакет.

Практическое занятие 3.
Тема: Пресс-конференция и выставка: проблемы организации и проведения.

Вопросы для обсуждения

1. Пресс-конференция и её общая характеристика: место в системе ПР-деятельности, особеннос ти,
виды.
2. Концептуальная и организационная подготовка пресс-конференции. Анализ ключевых этапов подготовки пресс-конференции.
3. Пресс-секретарь и его основные функции.
4. Определение выставка как ПР- мероприятия: основные функции и виды.
5. Проблемы организации и проведения выставки: анализ ключевых этапов разработки и реализации выставочной деятельности.
6. Характеристика международной выставочной деятельности: её особенности и факторы,

требующие учета национальных особенностей при организации и проведении международных выставок.

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Разработать программу организации и проведения пресс-конференции на определенную тему.
2. Создать сценарий организации и проведения выставки.

Практическое занятие 4.
Тема: Политическая ПР-кампания: проблемы организации и проведения.
Вопросы для обсуждения

1. Общая характеристика политических коммуникаций: цели, задачи, основные типы и принципы политических коммуникаций.
2. Определение технологии связей с общественностью в политической сфере.
3. Политический консалтинг как базовый компонент ПР-технологии в политической сфере. Характеристика основных позиций технологии политического консультирования и его существенных элементов.
4. Политическая реклама: определение её структурной схемы и основополагающих этапов создания.
5. Имиджмейкинг как одно из направлений ПР-деятелыюсти в политической сфере. Характеристика основных уровней структуры и алгоритма формирования имиджа.
6. Анализ узловых структурных блоков оптимальной технологии формирования имиджа.

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Разработать программу проведения политической консультации по теме подготовки и проведения политической кампании.
2. Создание политической рекламы одной из действующих политических организаций.
3. Формирование имиджа конкретного политического лидера.

2.4. Тематика курсовых работ и методические указания по их выполнению (при наличии)
Курсовые работы по дисциплине не предусмотрены

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной программы дисциплины требует наличия учебного кабинета, оборудованного следующими техническими средствами обучения: столы и стулья для студентов, стол и стул для преподавателя, компьютер, проектор и экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репетация, бренд [Текст] : учебное пособие / А. II. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 157,[2] с. - (Учебник нового поколения).
Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон, текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14342.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник/ Шарков Ф.И., Бузин В.Н.— Электрон, текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14342.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Мельникова Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний [Электронный ресурс]/ Мельникова Н.А.— Электрон, текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012,— 180 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/6000.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Сиияева, И.М. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: справочное издание/ Синяева И.М.— Электрон, текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 200 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14616.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Дополнительная литература

1. **Галумов Э.** Основы PR. - М.: Летопись XXI, 2004. - 408 с.
2. **Гунаре М.Л.** Толковый словарь для PR-менеджеров. - Рига, Балтийский русский институт, 2005.-284 с.
3. **Грачев А.С., Грачев С.А., Спирина Е.Г.** PR-служба компании. Практическое пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010. - 100 с.
4. **Гринберг Т.Э.** Политические технологии: ПР и реклама. Учебю пособие для студентов вузов.
- М.: Аспект Пресс, 2005. - 317 с.
5. **Данилова В. В., Луканина М. В., Минаева Л. В., Салиева Л. К.** Связи с общественностью, составление документов. Теория и практика. Учеб, пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 288 с.
6. **Емельянов С.** Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. - СПб.: Питер, 2007. - 240 с.
7. **Кочеткова А.В., Филиппов В. Н., Скворцов Я. Л., Тарасов А. С.** Теория и практика связей с общественностью. - СПб., Питер, 2006. - 240 с.
8. **Кривоносов А.Д.** PR- текст в системе публичных коммуникаций. - 2-ое изд. доп. - СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2002. - 288 с.

9. **Марченко Г.И., Носков И.А.** Имидж в политике. - М.: Владос, 1997. - 208 с.
10. **Ольшанский Д.В.** Политический PR. - СПб.: Питер, 2003. - 544 с.
11. **Политические коммуникации.** Учеб, пособие для студентов вузов. / Под ред. Соловьева А.И. - М.: Аспект-пресс, 2004. 332 с.

Интернет-ресурсы

http://pr.web-3.ru/forums/ - PR- ресурсы**.**

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Аттестация проводится в форме зачета. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе собеседования по одному или двум вопросам из представленного студентам списка вопросов к зачету.

Критерии оценки знаний

Знания студентов оцениваются по четырех балльной системе, исходя из следующих критериев:

«отлично» - при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы; ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов;

«хорошо» - при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы при незначительных упущениях при ответах;

«удовлетворительно» - при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов;

«неудовлетворительно» - при незнании и непонимании студентом существа экзаменационных вопросов.

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету (экзамену)

1. Основные этапы технологической основы деятельности по связям с общественностью.
2. Важнейшие элементы планирования и реализации деятельности по осуществлению ПР-деятельности.
3. Диагностика групп общественности: основные факторы и составляющие.
4. Анализ социальной структуры и проблемы сегментации групп общественности.
5. Схема построения структуры программы связей с общественностью.
6. Технология разработки программы связей с общественностью.
7. Проблемы разработки концепции политики связей с общественностью.
8. Вопросы создания стратегии и плана ПР-кампании.
9. Проблемы подведения итогов и проведения анализа полученных результатов проведения ПР-кампании.
10. Основные инструменты оценки ПР-деятельности.
11. Общая характеристика ПР-акции: принципы и требования.
12. Основные формы проведения ПР-акций.
13. Специальные формы проведения ПР-акций.
14. Стимулирующие ПР-мероприятия и их характеристика.
15. Определение специфических ПР-мероприятий.
16. Характеристика профессиональных текстовых ПР-документов.
17. Полный информационный пакет для прессы как один из основных инструментов связей с общественностью.
18. Минимальный информационный пакет для прессы: состав и стркутура.
19. Основные принципы и технические правила составления пресс-релиза.
20. Сущность, особенности, структура бэкграундера или информационного письма.
21. Биография и фактическая справка (факт-лист) как виды специализированных текстовых
ПР-документов.
22. Пресс-конференция и её общая характеристика.
23. Важнейшие этапы подготовки и проведения пресс-конференции.

24. Определение выставка как ПР- мероприятия: основные функции и виды.
25. Проблемы организации и проведения выставки.
26. Международной выставочной деятельности: её особенности и факторы.
27. Цели, задачи, основные типы и принципы политических коммуникаций.
28. Характеристика основных позиций технологии политического консультирования.
29. Политическая реклама и определение её основополагающих этапов создания.
30. Имиджмейкинг как одно из направлений ПР-деятельности в политической сфере.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Программа подготовки специалистов среднего звена (базовый уровень)

Специальность 42.02.01 РЕКЛАМА

Форма обучения - ОЧНАЯ

Москва 2021

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26 июня 2014 г. N 32859).

Организация-разработчик:
ПО АНО "Международный институт бизнеса и управления"(колледж).

Разработчик программы:
Петросян Эльвира Наримановна,
преподаватель колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы.

Рабочая программа учебной дисциплины «Креативный менеджмент» является частью профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 "Реклама".

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, а именно в программах повышения квалификации и переподготовки.

Предметом дисциплины «Креативный менеджмент» являются исследования, которые выступают в роли креативности личности и менеджмента как фактор креативности потенциала коллектива.

1.2. Учебная дисциплина «Креативный менеджмент» входит в общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл.

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

Целью учебной дисциплины «Креативный менеджмент» является овладение обучающимися необходимыми систематизированными фундаментальными теоретическими знаниями креативного менеджмента, его особенностях, а также в выработке прикладных навыков и умений, формирование высокой профессиональной культуры у студентов.

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а так же учитывает их образовательные потребности. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций у выпускника: общекультурных- ОПК-6, профессиональных-ПК-1,ПК-6.

Курс «Креативный менеджмент» ориентирован на привитие студентам профессиональных навыков, необходимых в реальной управленческой деятельности. Данный учебный курс включает значительный объем самостоятельной работы. В курсе одновременно рассматриваются методологические проблемы и конкретные рекомендации успешных менеджеров. В значительной степени обучение предполагает выработку у студентов навыков работы над собой в целях профессионального роста.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

– изучение современной теории и методологии креативного менеджмента, овладение навыками концептуализации и операционализации современных социальных практик;

– дать представления о предмете, методах, основных категориях креативный менеджмент;

– познакомить обучающихся с основными современными управленческими концепциями;

– сформировать у обучающихся знания основных аспектов разработки и принятие управленческого решения, обуславливающим достижение управленческих целей и эффективность функционирования организации;

– развить у обучающихся творческое отношение к освоению отечественного и мирового опыта принятия управленческих решений и умения использовать его в своей практической деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить 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 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
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.
ПК.1.1 – Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 4.1 – Планировать деятельность подразделения.
ПК 4.2 – Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.
ПК 9 - Обладать базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур.
ПК 16 - организационно-управленческая деятельность: обладать пониманием основ менеджмента и маркетинга.
Формирование дополнительных профессиональных компетенций (ПК 5.1 – ПК 5.3) у выпускника ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама должно быть реализовано путем освоения учебных дисциплин, междисциплинарных курсов базовой и вариативной частей общепрофессионального и профессионального циклов.
Результаты освоения ППССЗ специальности 42.02.01Реклама в соответствии с целями программы подготовки специалистов среднего звена и задачами профессиональной деятельности определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины «Креативный менеджмент» обучающийся должен:

Знать: тенденции развития концепций и моделей креативного управления ресурсами предприятия, основные методы получения управленческой и маркетинговой информации; основные процессы в управлении маркетингом на предприятии, основные направления повышения эффективности маркетинговых процессов на предприятии ОК-1-8, ПК-9, ПК-16.

Уметь: находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях;критически оценивать достоинства и недостатки принимаемых управленческих решений; разрабатывать проекты в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью;обеспечивать средства и методы реализации проектов в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью ОК-1-89, ПК-9, ПК-16.

Владеть: способностью прогнозировать рыночные процессы; креативными методами принятия решения управлении;способностью прогнозировать рыночные процессы;способностью планировать маркетинг предприятия на основе прогнозной информации и оценивать его эффективность ОК-1-8, ПК-9, ПК-1.

Учебная программа рассчитана на один семестр.

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

2.1.Объем дисциплины "Креативный менеджмент".

Изучается заочно студентами 4-го курса, обучающихся по направлению 42.02.01 Реклама в течение 7 семестра.

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
лекции	30
практические занятия	18
Самостоятельная работа	
Промежуточная аттестация в форме зачета	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины Конфликтология

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**2**	**4**
Раздел 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА			*12*	
Тема 1.1. Основы креативного менеджмента	**Содержание учебного материала**		***6***	*1*
	1-2	История возникновения и основные этапы в развитии научных основ креативного менеджмента. Обзор структуры курса.	*2*	
	3-4	Особенности организации креативного менеджмента.	*2*	
	5-6	Актуальные задачи организации креативного менеджмента в информационном обществе.	*2*	*1*
Тема 1.2.Аспекты креативного менеджмента	**Содержание учебного материала**		***4***	*1*
	7-8	Креативный менеджмент как творческое управление предприятием.	*2*	
	9-10	Креативный менеджмент как управление творческим мышлением персонала.	*2*	*1*
Тема 1.3 Менеджер креативного типа	**Практическое занятие**		***2***	*1*
	11-12	Формирование потенциала менеджера креативного типа. Сущность и значение креативного образования. Техника творчества. Методы решения творческих задач.	*2*	
Раздел 2. КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ			***6***	
Тема 2.1 Организация групповой работы в условиях креативного менеджмента	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	13-14	Организация совместной деятельности. Принципы и современные техники организации работы в менеджменте. Понятие и принципы формирования коллективного интеллекта. Стимулирование коллективного творческого процесса.	*2*	
Тема 2.2 Группа и личность в условиях креативного менеджмента	**Практическое занятие**		***4***	*1*
	15-16	Позиции участников в группе. Организация групповой мыслительной работы . Методы интеграции в креативном менеджменте	*2*	*2*
	17-18	Человеческий фактор в исследовательской и управленческой работе. Управление индивидуальной креативностью. Сущность и специфика личностной позиции, процесс формирования.	*2*	*2*
Раздел 3. ПРИНЯТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА.			**20**	

Тема 3.1 Типология мышления в исследовательской и управленческой деятельности	**Содержание учебного материала**		***8***	
	19-20	Основные техники мышления, используемые в креативном менеджменте. Дедукция и индукция как техники мышления.	*2*	*1*
	21-22	.Методы стратегического мышления. Формирование оперативного мышления. Роль оперативного мышления в решении практических задач.	*2*	*1*
	23-24	Принятие стратегических решений в условиях креативного менеджмента. Оперативное мышление в деятельности менеджера.	*2*	*1*
	25-26	Основные различия в переработке информации человеком и компьютерными системами.	*2*	*1*
Тема 3.2 Человеческий потенциал как инструмент управления	**Практическое занятие**		***4***	
	27-28	Психофизиологический и творческий потенциалы человека как части трудового потенциала.	*2*	*1*
	29-30	Коммуникативный и нравственный потенциал человека как части трудового потенциала. важность ценностно-мотивационной сферы в экономике.	*2*	*1*
Тема 3.3 Профессиональное образование	**Практическое занятие**		***2***	
	31-32	Квалификационный потенциал человека как часть трудового потенциала. Роль профессионального образования в становлении креативного менеджера. Анализ особенностей ведущих креативных менеджеров современности.	*2*	*1*
Тема 3.4 Лидерский потенциал	**Содержание учебного материала**		***6***	
	33-34	Понятие креативный лидер, факторы, способствующие его появлению, основные характеристики личности. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.	*2*	*1*
	35-36	Процесс принятия управленческих решений креативным лидером. Параметры эффективности решений.	*2*	
	37-38	Формирование лидера нового мышления в условиях современной экономики. Проблемы и возможности креативного менеджмента в создании лидера.	*2*	*1*
Раздел 4. ТЕХНОЛОГИИ ИЗУЧЕНИЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА			*4*	
Тема 4.1 Интегративность группы в креативном менеджменте	**Содержание учебного материала**		***2***	
	39-40	Диагностика интегративности группы в креативном менеджменте.	*2*	*1*
	41-42	Методики оценки интегративности и теоретические основы интегративности группы.	*2*	*1*
Тема 4.2 Основы прогнозирования и	**Практическое занятие**		**6**	
	43-44	Теоретико-методологические и прикладные проблемы современного креативного менеджмента. Роль управленческих решений в системе менеджмента.	*2*	*2*

развития креативного менеджмента.	45-46	Методы оценки идей в креативном менеджменте. Роль стратегических решений в деятельности предприятий.	*2*	*2*
	47-48	Актуальность знаний креативного менеджмента в современном обществе. Основы прогнозирования и управления креативным процессом.	*2*	*2*
Итоговая форма контроля - ЗАЧЕТ				
Лекционные занятия			**30**	
Практические занятия			**18**	
Самостоятельная работа обучающихся				
Всего			**48**	

Вопросы к зачету

1.Современные проблемы креативного и эвристического менеджмента.
2.Роль креативного менеджмента в развитии творческого потенциала личности.
3.Сущность и значение креативного образования
4.Творчество и творческие способности человека.
5.Формы творческого процесса
6.Креативность в рекламе.
7.Человеческий капитал.
8.Креативность личности: сущность и факторы развития.
9.Квалификационный потенциал человека как часть трудового потенциала.
10.Психофизиологический потенциал человека как часть трудового потенциала;
11.Творческий потенциал: человека как часть трудового потенциала.
12.Коммуникативный потенциал человека как часть трудового потенциала.
13.Нравственный потенциал: ценностно-мотивационная сфера.
14.Лидерский потенциал человека как часть трудового потенциала.
15.Развитие креативности личности.
16.Роль профессионального образования в становлении креативного менеджера.
17.Мышление и его значение деятельности человека.
18.Типы человеческого мышления.
19.Технократическое мышление.
20.Интуитивное мышление.
21.Образное мышление.
22.Творческое мышление.
23.Научное мышление.
24.Роль управленческих решений в системе менеджмента.
25.Роль стратегических решений в деятельности предприятий.
26.Методы оценки идей в креативном менеджменте.
27.Техники мышления, используемые в креативном менеджменте.
28.Дедукция и индукция как техники мышления.
29.Роль оперативного мышления в решении практических задач.
30.Оперативное мышление в деятельности менеджера.
31.Методы решения творческих задач.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению для реализации программы дисциплины "Креативного менеджмента" для очного отделения 42.02.01. Реклама требует наличия технических средств обучения обеспечения процесса дистанционного обучения с используются следующие средства дистанционного обучения: специализированные учебники с мультимедийными сопровождениями, электронные учебно-методические комплексы, включающие электронные учебники, учебные пособия, тренинговые компьютерные программы, компьютерные лабораторные практикумы, контрольно-тестирующие комплекты, учебные видеофильмы, аудиозаписи, иные материалы (учебно-методический комплекс).

Оборудование учебного кабинета: рабочее место преподавателя и технические средства обучения: компьютер, мультимедийное оборудование.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, схемы, чертежи, графики, диаграммы, модели и макеты, презентации.

3.2.Данная программа для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ реализуется с соблюдением следующих условий:

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (меньший объём практических работ и их количество, увеличение сроков подготовки к зачетным работам);
- для лиц с нарушениями слуха (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде);
- для лиц с нарушениями зрения (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде).

Проведение рубежного и промежуточного контроля уровня усвоения знаний по разделам дисциплины, а также предварительного итогового контроля уровня усвоения знаний за семестр рекомендуется проводить в компьютерном классе с использованием автоматизированной обработки результатов тестирования.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы ***Основные источники:***

1. Башина, О.Э. Креативный менеджмент. Социальные, психологические и творческие аспекты экономики труда: Учебное пособие. Гриф МО РФ / О.Э. Башина. - М.: Инфра-М, Форум, 2018. - 119с.
2. Блинов А.О. Управление изменениями. Учеб. пособие. М.: Прогресс, 2020. – 304 с.
3. Пинкун, Д. Креативный менеджмент / Д. Пинкун. - М.: Азбука, 2016. - 335с.

Дополнительные источники:

1. Креативный менеджмент: методические указания по выполнению курсовой работы для обучающихся по направлению подготовки магистратуры «Менеджмент» / — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 24 c. — 2227-8397. IPRbooks
2. Дудин, Михаил Николаевич Креативные тесты по менеджменту / Дудин Михаил Николаевич. - М.: ЭЛИТ, 2012. - 288с.
3. Стенли Соммерсби .7 заповедей креативного менеджера. - М.: 2014.
4.Харрингтон Дж. Управление качеством в американских корпорациях. М.: Экономика, 2011.
5.Хойер В. Как делать бизнес в Европе. - М.: 2012.

6.Яковка Л. Карьера менеджера. - М.: Прогресс, 2011.

Интернет-ресурсы:

1.ЭБС «Университетская библиотека онлайн» / http://www.biblioclub.ru/
2.Единое окно доступа к образовательным ресурсам / http://window.edu.ru/window/library
3.Единое окно доступа к образовательным ресурсам / http://window.edu.ru/window/library
4.Мировая цифровая библиотека / http://wdl.org/ru//
5.Публичная Электронная Библиотека / http://lib.walla.ru/
6.Российское образование. Федеральный портал. / http://www.edu.ru/ 8.Русский гуманитарный интернет-университет / http://www.i1u.ru/biblio/links.aspx?id=6
7.Электронная библиотека Российской государственной библиотеки / http://www.rsl.ru/ru/s2/s101/
8.Электронная библиотека учебников / http://studentam.net/
9.Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации // www.economy.gov.ru
10.Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // www.gks.ru
11.Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) // http://wciom.ru
12.Сайт Фонда «Общественное мнение» // www.fom.ru
13.Сайт Института современного развития (ИНСОР) // www.riocenter.ru
14.Сайт Института общественного проектирования (ИНОП) // www.inop.ru
15.Сайт журнала «Полис» // www.politstudies.ru
16.Сайт журнала «СОЦИС» // http://socis.isras.ru
17.Федеральный портал «Российское образование» // http://www.edu.ru/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ "КОНФЛИКТОЛОГИЯ"

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий и промежуточной аттестацией.

Методы контроля направлены на проверку обучающихся:
– выполнять условия здания на творческом уровне с представлением собственной позиции;
– делать осознанный выбор способов действий из ранее известных;
–осуществлять коррекцию (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий;
– работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы.
Контроль и оценка на основе практических и самостоятельных работ по изучаемым темам, представленные самостоятельно подготовленные сообщения по изученным темам, ответы при устных опросах.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- наличие положительных отзывов с мест производственной практики; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии;	- Наблюдение и оценка непосредственного руководителя при прохождении производственной практики; - экспертная оценка портфолио работ и документов.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- проводить диагностику ситуации; - определять адекватные варианты решения возникающих проблем; - выявлять возможные риски; - обосновывать принятие решения;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде,	- взаимодействие с обучающимися,	- экспертная оценка решения ситуационных

эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	преподавателями, руководителями практики и клиентами в ходе обучения;	задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - экспертная оценка осуществления видов деятельности в процессе учебной и производственной практики.
ОК 11. Соблюдать деловой этикет, культуру и психологические основы общения, нормы, правила поведения с использованием правил делового этикета, опираясь на нормы и правила поведения в официальной обстановке.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями практики и клиентами в ходе обучения,	- экспертная оценка решения ситуационных задач.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, НАВЫКОВ

Оценки по формам текущего контроля выставляются по 5-ти балльной шкале. При оценке используются следующие критерии: соответствие содержания ответа заявленному вопросу(теме), поставленным целям и задачам; глубина / полнота рассмотрения темы; доказательная база / аргументированность / убедительность / обоснованность выводов; полнота ответов на вопросы; логичность / структурированность / целостность выступления;речевая культура (стиль изложения, ясность, четкость, лаконичность, доходчивость, пунктуальность, невербальное сопровождение, оживление речи афоризмами, примерами, цитатами и т.п.); самостоятельность суждений / владение материалом / компетентность.

Итоговый контроль - зачет, выставляется на основании оценок в течении семестра и итогового устного опроса.

Оценка	Критерии
ПОВЫШЕННЫЙ УРОВЕНЬ - ЗАЧЕТ	Студент показывает отличное знание теоретического материала, использование дополнительной литературы, полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
ПОРОГОВЫЙ УРОВЕНЬ - ЗАЧЕТ	Студент может определить основные элементы той или иной модели, излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; но излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
НЕ ЗАЧЕТ	Студент не знает основной теоретический материал, обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, овладению последующим материалом.

Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Утверждаю:
Директор ПО АНО МИБиУ

д.с.н., профессор Е.В. Добренькова

« 30 » июня 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ»

Программа подготовки специалистов среднего звена (базовый уровень)

Специальность 42.02.01 РЕКЛАМА

Форма обучения - ОЧНАЯ

Москва 2021

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26 июня 2014 г. N 32859).

Организация-разработчик:
ПО АНО "Международный институт бизнеса и управления"(колледж).

Разработчик программы:
Петросян Эльвира Наримановна,
преподаватель колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы.

Рабочая программа учебной дисциплины «Этика делового общения» является частью профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, а именно в программах повышения квалификации и переподготовки.

1.2. Учебная дисциплина «Этика делового общения» входит в состав общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла.

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

Цель освоения дисциплины – формирование теоретических и практических знаний профессиональной этики, необходимых нравственных качеств и культуры поведения для работы в области рекламы.

Задачи:

- формирование мировоззренческих и теоретических основ профессиональной этики специалиста по рекламе;
- формирование необходимых нравственных качеств и культуры поведения;
- овладение базовыми навыками общения, умением поддерживать и развивать деловые межличностные отношения с представителями различных государственных, коммерческих, общественных, политических структур, СМИ;
- овладение основами речи, знание её видов, правил речевого этикета, ведения диалога, законов композиции и стиля.

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

ОК-6: обладает способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

ПК-6: способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:
В результате освоения компетенции ОК-6 студент должен:
Знать: сферы отношений в коллективе, факторы, формирующие благоприятный социально-психологический климат в коллективе, условия эффективной работы трудового коллектива; культурные особенности стран, признаки проявления толерантного отношения в коммуникации.
Уметь: толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; осуществлять конструктивное взаимодействие в деловой сфере, успешно устанавливать контакт с коллегами, эффективно организовывать коммуникацию.
Владеть: навыками работы в коллективе.

В результате освоения компетенции ПК-6 студент должен:
Знать: коммуникационную инфраструктуру организации, порядок и средства обеспечении внутренней и внешней коммуникации.
Уметь: создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации.
Владеть: методами создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

В результате изучения дисциплины студент должен:
Знать: теоретические основы этических знаний и знаний принципов, норм профессионального и служебного этикета, условия эффективной работы трудового коллектива;
Уметь: соблюдать этику делового общения и придерживаться этических норм взаимоотношений, как в профессиональной среде, так и в повседневной жизни, успешно устанавливать контакт с коллегами, эффективно организовывать коммуникацию, верно, аргументированно, ясно строить письменную и устную речь.
Владеть: базовыми навыками делового общения, приемами аргументации и убеждения, умением устанавливать поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения, использовать основные положения этики делового общения при решении социальных и профессиональных задач.

Результаты освоения ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама в соответствии с целями программы подготовки специалистов среднего звена и задачами профессиональной деятельности определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

2.1.Объем дисциплины "Этика делового общения".

Изучается заочно студентами 3-го курса, обучающихся по направлению 42.02.01 Реклама в течение 5 семестра.

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	32
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	32
в том числе:	
лекции	20
практические занятия	12
Самостоятельная работа	
Промежуточная аттестация в форме зачета	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины Этика делового общения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**2**	**4**
Раздел 1. Теоретические и практические аспекты психологии делового общения.			*8*	
Тема 1.1. Психология общения в деловой среде	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	1-2	Понятие и основные задачи психологии делового общения. Место психологии общения в системе психологических наук.	*2*	
Тема 1.2 Общение: понятие, виды и функции.	**Содержание учебного материала**		***2***	2
	3-4	Определение понятия «общение». Его роль и место в процессе межличностного взаимодействия. Виды общения: непосредственное и опосредованное, формальное и неформальное. Функции общения: коммуникативная, аффективная, информационная, психологическая, регуляционно-коммуникативная. Составление словаря основных понятий по теме «общение».	*2*	
Тема 1.3 Психологические основы делового общения	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	5-6	Типы и стороны общения. Критерии удовлетворенности общением.. Интерактивная, коммуникативная и перцептивная стороны общения. Потребности, реализуемые в процессе общения как критерии удовлетворённости общением. Составление словаря основных понятий по теме «Типы и стороны общения».	*2*	
Тема 1.4 Виды делового общения.	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	7-8	Деловое общение как специфическая форма общения в условиях совместной деятельности. Виды делового общения. Оптимизация коммуникации в деловом общении.	*2*	
Раздел 2. Психологические основы делового общения			***4***	
Тема 2.1 Техники общения и публичное выступление	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	9-10	Техники общения и публичное выступление. Механизмы восприятия человека человеком-аттракция, каузальная атрибуция, эмпатия, идентификация и социальная рефлексия.	*2*	
Тема 2.2 Деловые переговоры.	**Практическое занятие**		***2***	*1*
	11-12	Деловые переговоры. Понятие, виды, цели, функции. Жёсткий и деликатный методы ведения переговоров. Особенности гарвардского метода..	*2*	*2*
Раздел 3. Деловой этикет.			**16**	
Тема 3.1	**Содержание учебного материала**		***6***	

Этика и этикет в деловых отношениях.	13-14	Этика и этикет. Понятия и виды. Этика в деловых отношениях. История развития этики.	*2*	*1*
	15-16	Этикет и имидж современного делового человека. Национальные особенности делового этикета.	*2*	
	17-18	Профессиональные качества. микро и макросреда	*2*	*1*
Тема 3.2 Виды делового общения	**Практическое занятие**		***2***	*1*
	19-20	Классификация видов общения. Характеристики и особенности проведения делового общения. Основные этапы.	*2*	
Тема 3.3 Культура общения в профессиональной среде	**Практическое занятие**		***2***	*1*
	21-22	Культура общения в профессиональной среде	*2*	
Тема 3.4 Конфликт – понятие, причины, виды, функции и стратеги поведения.	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	23-24	Понятие конфликта, причины, способствующие его возникновению. Виды и функции конфликтов.Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Типология конфликтных ситуаций и способы выхода из них.	*2*	
Тема 3.5 Организационный конфликт.	**Практическое занятие**		***4***	*1*
	25-26	Конфликт как универсальная психологическая проблема. Причины возникновения в организации. Вопросы конфликтологии в деловом общении.	*2*	
	27-28	Пути выхода и разрешения организационных конфликтов. Подбор типичных конфликтных ситуаций в деловой среде.	*2*	*1*
Раздел 4. Коммуникативный аспект общения.			*4*	
Тема 4.1 Коммуникация и барьеры, возникающие в процессе общения.	**Содержание учебного материала**		***2***	*1*
	29-30	Понятие коммуникации, как акт и процесс установления контактов между людьми. Процесс информационного обмена – его стороны и особенности. Психологическая обратная связь. Коммуникативные барьеры – понятие, виды и пути преодоления. Составление словаря основных понятий по теме «Процесс коммуникации», «Коммуникативные барьеры».	*2*	
Тема 4.2 Феномены межличностного	**Практическое занятие**		**2**	*1*
	31-32	Понятие и виды феноменов межличностного влияния в процессе межличностного взаимодействия. Роль и значение внушения, убеждения и заражения в процессе	*2*	

влияния. Субъективные каналы восприятия и передачи информации		межличностной коммуникации. Понятие и виды субъективных каналов передачи и приема информации в процессе межличностного взаимодействия.		
Итоговая форма контроля - ЗАЧЕТ				
Лекционных занятий			**20**	
Практических занятий			**12**	
Самостоятельная работа обучающихся				
Всего			**32**	

2.3.ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДОКЛАДОВ.

1. Этические принципы, действующие в сфере современных деловых отношений.
2. Этические критерии, принципы, нормы и правила регулирования отношений в сфере рекламы.
3. Роль невербального общения в передаче информации.
4. Национальные особенности невербального общения.
5. Основные правила эффективной речевой коммуникации.
6. Основные правила ведения деловой беседы.
7. Подготовка и проведение делового совещания.
8. Собеседование при приёме на работу.
9. Умение слушать.
10. Подготовка и проведение презентаций.
11. Основные этапы подготовки переговоров.
12. Стратегия, техника и тактика коммерческих переговоров.
13. Подготовка к выступлению. Структура и словесное определение речи.
14. Правила составления и оформления документов. Требование стандартов деловой переписки.
15. Средства информационной связи: электронная почта, телефакс, факсимильная связь.
16. Критика в деловом общении.
17. Доказательства и доводы в споре.
18. Критика и агрессия во время спора.
19. Требование этикета к рабочему месту и служебному положению Правила поведения рекламиста в спорных ситуациях.
20. Имидж делового человека и фирмы в рамках делового этикета.
21. Этические аспекты взаимоотношений мужчины и женщины на работе.
22. Комплименты в деловой жизни.
23. Виды деловых приёмов.
24. Рассадка и поведение за столом во время деловых приёмов.
25. Основные тактики поведения в конфликте.
26. Способы разрешения и управления конфликтами.
27. Профилактика стрессов в деловом общении.

2.4.ВОПРОСЫ К ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Этические принципы, действующие в сфере современных деловых отношений.
2. Этические критерии, принципы, нормы и правила регулирования отношений в сфере рекламы.
3. Роль невербального общения в передаче информации.
4. Национальные особенности невербального общения.
5.Основные правила эффективной речевой коммуникации.
6. Основные правила ведения деловой беседы.
7. Подготовка и проведение делового совещания.
8. Собеседование при приёме на работу.
9. Умение слушать.
10. Подготовка и проведение презентаций.
11. Подготовка и проведение пресс-конференций.
12. Основные этапы подготовки переговоров.
13. Стратегия, техника и тактика коммерческих переговоров.
14. Подготовка к выступлению. Структура и словесное определение речи.
15. Правила составления и оформления документов. Требование стандартов деловой переписки.
16. Средства информационной связи: электронная почта, телефакс, факсимильная связь.
17. Критика в деловом общении.
18. Доказательства и доводы в споре.
19. Критика и агрессия во время спора.
20. Требования этикета к рабочему месту и служебному положению.
21. Правила поведения рекламиста в спорных ситуациях.

22. Имидж делового человека и фирмы в рамках делового этикета
23. Этические аспекты взаимоотношений мужчины и женщины на работе.
24. Комплименты в деловой жизни.
25. Виды деловых приёмов.
26. Рассадка и поведение за столом во время деловых приёмов.
27. Основные тактики поведения в конфликте.
28. Способы разрешения и управления конфликтами.
29. Профилактика стрессов в деловом общении.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению для реализации программы дисциплины "Этика делового общения" для очного отделения 42.02.01. Реклама требует наличия технических средств обучения обеспечения процесса дистанционного обучения с используются следующие средства
дистанционного обучения: специализированные учебники с мультимедийными сопровождениями, электронные учебно-методические
комплексы, включающие электронные учебники, учебные пособия,
тренинговые компьютерные программы, компьютерные лабораторные практикумы, контрольно-тестирующие комплекты, учебные видеофильмы, аудиозаписи, иные материалы (учебно-методический комплекс).
Оборудование учебного кабинета: рабочее место преподавателя и технические средства обучения: компьютер, мультимедийное оборудование.
Учебно-наглядные пособия: плакаты, схемы, чертежи, графики, диаграммы, модели и макеты, презентации.

3.2.Данная программа для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ реализуется с соблюдением следующих условий:
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (меньший объём практических работ и их количество, увеличение сроков подготовки к зачетным работам);
- для лиц с нарушениями слуха (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде);
- для лиц с нарушениями зрения (обеспечение дидактическими материалами в печатном и в электронном виде).

Проведение рубежного и промежуточного контроля уровня усвоения знаний по разделам дисциплины, а также предварительного итогового контроля уровня усвоения знаний за семестр рекомендуется проводить в компьютерном классе с использованием автоматизированной обработки результатов тестирования.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы ***Основные источники:***

1. Корягина, Н. А. Психология общения: учебник и практикум для СПО / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 437 с. - (Серия: Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-00962-0.https://biblio1online.ru/book/psihologiya-obscheniya-413575
2. Садовская, В. С. Психология общения: учебник и практикум для СПО / В. С. Садов1ская, В. А. Ремизов. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 169 с. - (Се1рия: Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-07046-0.https://biblio1online.ru/book/psihologiya-obscheniya-420722 3. Бороздина, Г. В. Психология общения : учебник и практикум для СПО / Г. В. Борозди1на, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 463 с. - (Серия: Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-00753-4.https://biblio1online.ru/book/psihologiya-obscheniya-413711

Дополнительные источники:

1. Афанасьева Е.А. Психология общения. Часть 1 [Электронный ресурс]: учебное пособие по курсу «Психология делового общения» / Афанасьева Е.А.- Электрон. текстовые дан1ные. - Саратов: Вузовское образование, 2014. - 106 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/19277.- ЭБС «IPRbooks». 2. Афанасьева Е.А. Психология общения. Часть 2 [Электронный ресурс]: учебное

пособие по курсу «Психология делового общения» / Афанасьева Е.А.- Электрон. текстовые дан1ные. - Саратов: Вузовское образование, 2014. - 126 с.- Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/19278.- ЭБС «IPRbooks».

Нормативно - правовые источники:

1. Основы законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан от 22 июля 1993 г. № 5487-1 // Ведомости съезда народных депутатов и Верховного Совета РФ. - 1993. - № 33. - Ст. 1318.
2. Закон РСФСР «О медицинском страховании граждан в РСФСР» от 28 июля 1991 г. // Ведомости съезда народных депутатов и Верховного Совета РФ. - 1991. - № 27. - Ст. 920 (с доп. и измен, от 2 апреля 1993 г.).
3. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗII СЗ РФ. - 1995. - № 48. - Ст. 4563.
4. Федеральный Закон «О социальном обслуживании граждан пожилого возраста и инвалидов» от 2 августа 1995 г. № 122-ФЗ // СЗ РФ. - 1995.№ 48. - Ст. 4563.
5. Федеральный закон «Об основах социального обслуживания населения в Российской Федерации» от 10 декабря 1995 года № 195-ФЗ//СЗ РФ.-1995.-№50.-Ст. 4872.
6. Приказ Минздравмедпрома России от 30 октября 1995 г. № 294 «О психиатрической и психотерапевтической помощи».
7. Классификация и временные критерии, используемые при осуществлении медико1социальной экспертизы: Утверждены постановлением Минтруда России и Минздрава России от 29 января 1997 г. № 1/30.

Интернет-ресурсы:

1. Эффективное общение - http://psyfactor.org/lybr2-3.htm;
2.Психология общения - http://studme.org/1056041225108/psihologiya/psihologiya_obscheniya;
3. Психология общения - http://www.dgr.ru/psychology/otvety/19.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
Этика делового общения

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- наличие положительных отзывов с мест производственной практики; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии;	- Наблюдение и оценка при прохождении практических занятий; - экспертная оценка портфолио работ и документов.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- Правильный выбор способов решения профессиональных задач; - Рациональная организация собственной деятельности во время выполнения самостоятельной и практической работы, при работе над решением ситуационных задач, прохождение производственной практики;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - наблюдение и оценка при прохождении практических занятий;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- проводить диагностику ситуации; - определять адекватные варианты решения возникающих проблем; - выявлять возможные риски; - обосновывать принятие решения;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - наблюдение и оценка при прохождении практических занятий;
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - наблюдение и оценка при прохождении практических занятий;
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями практики и клиентами в ходе обучения;	- экспертная оценка решения ситуационных задач; - наблюдение и оценка при прохождении практических занятий;
ОК 8. Самостоятельно определять задачи	- планирование обучающимся повышения	- экспертная оценка решения ситуационных

профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	личностного и квалификационного уровня;	задач; - наблюдение и оценка при прохождении практических занятий;
ОК 11. Соблюдать деловой этикет, культуру и психологические основы общения, нормы, правила поведения с использованием правил делового этикета, опираясь на нормы и правила поведения в официальной обстановке.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями практики и клиентами в ходе обучения,	- экспертная оценка решения ситуационных задач.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, НАВЫКОВ

Оценки по формам текущего контроля выставляются по 5-ти балльной шкале. При оценке используются следующие критерии: соответствие содержания ответа заявленному вопросу(теме), поставленным целям и задачам; глубина / полнота рассмотрения темы; доказательная база / аргументированность / убедительность / обоснованность выводов; полнота ответов на вопросы; логичность / структурированность / целостность выступления;речевая культура (стиль изложения, ясность, четкость, лаконичность, доходчивость, пунктуальность, невербальное сопровождение, оживление речи афоризмами, примерами, цитатами и т.п.); самостоятельность суждений / владение материалом / компетентность.

Итоговый контроль - зачет, выставляется на основании оценок в течении семестра и итогового устного опроса .

Оценка	Критерии
ПОВЫШЕННЫЙ УРОВЕНЬ - ЗАЧЕТ	Студент показывает отличное знание теоретического материала, использование дополнительной литературы, полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
ПОРОГОВЫЙ УРОВЕНЬ - ЗАЧЕТ	Студент может определить основные элементы той или иной модели, излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; но излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
НЕ ЗАЧЕТ	Студент не знает основной теоретический материал, обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, овладению последующим материалом.

Приложение 1
к Рабочей Программе по дисциплине
Этика делового общения

Планирование учебных занятий с использованием активных и интерактивных форм и методов обучения обучающихся

Тема учебного занятия	Активные и интерактивные формы и методы обучения
Лекция. Понятие и основные задачи психологии общения. Место психологии общения в системе психологических наук.	Лекция «пресс-конференция». Преподаватель просит студентов письменно в течение 2–3 минут задать ему интересующий каждого из них вопрос по объявленной теме лекции. Далее преподаватель в течение 3–5 минут систематизирует эти вопросы по их содержанию и начинает читать лекцию, включая ответы на заданные вопросы в ее содержании.
Практическое занятие. Деловое общение как специфическая форма общения в условиях совместной деятельности. Виды делового общения. Этапы делового общения. Оптимизация коммуникации в процессе совместной деятельности.	Ролевая игра – это эффективная отработка вариантов поведения в тех ситуациях, в которых могут оказаться обучающиеся (например, аттестация, защита или презентация какой-либо разработки, конфликт с однокурсниками и др.). Игра позволяет приобрести навыки принятия ответственных и безопасных решений в учебной ситуации. Признаком, отличающим ролевые игры от деловых, является отсутствие системы оценивания по ходу игры.