

## **Аннотации рабочих программ**

по специальности

### **42.02.01 Реклама**

программы подготовки специалистов среднего звена  
базовой /углубленной подготовки

Квалификация: специалист по рекламе

Форма обучения – очная

Нормативный срок обучения на базе

основного общего образования – 3 г. 10 м.

среднего (полного) общего образования – 2 г. 10 м.

## **Общие гуманитарные и социально-экономические дисциплины (ОГСЭ)**

### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОГСЭ.01 Основы философии**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности

**42.02.01 Реклама.**

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

входит в цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин ОГСЭ.01.

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

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 62 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часов;

самостоятельной работы обучающегося 14 часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Предмет и история философии

Тема 1.1. Предмет философии и круг её проблем

Тема 1.2. Философия Древнего Востока

Тема 1.3. Становление древнегреческой философии

Тема 1.4. Классический период древнегреческой философии

Тема 1.5. Философия эллинизма

Тема 1.6. Философия Средневековья.

Тема 1.7. Философия эпохи Возрождения и Нового времени

Тема 1.8. Немецкая классическая философия

Тема 1.9. Диалектический материализм

Тема 1.10. Западная философия XIX века

Тема 1.11. Западная философия XX века

Тема 1.12. Русская философия XI-XIX веков

Тема 1.13. Русская философия XX века

Раздел 2. Философское понимание мира

Тема 2.1. Онтология. Учение о бытии

Тема 2.2. Картины мира

Тема 2.3. Материя и её свойства

Тема 2.4. Категории и законы диалектики

Раздел 3. Человек и мир

Тема 3.1. Природа и сущность человека

Тема 3.2. Теория познания

Тема 3.3. Философия истории

Тема 3.4. Этика

Тема 3.5. Эстетика

Тема 3.6. Глобальные проблемы современности

**Аннотация к рабочей программе  
учебной дисциплины ОГСЭ.02 История  
по специальности 42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности

#### **42.02.01 Реклама.**

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин ОГСЭ.02.

Дисциплина предполагает изучение основных процессов политического, экономического развития России и мира в 20-21 веке и дает возможность подготовить грамотных, социально-активных, критически мыслящих специалистов.

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

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

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.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 62 часа, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 14 часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.**

### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Международные отношения после Второй мировой войны

Тема 1.1. Начало холодной войны и становление биполярной системы

Тема 1.2. Международные конфликты 50-70-х гг.

Тема 1.3. Международные отношения в 70-80-е гг.: от разрядки к окончанию «холодной войны»

Раздел 2. Особенности социально-экономического и политического развития стран Европы и США после Второй мировой войны

Тема 2.1. Формирование информационного общества и глобализация мировой экономики

Тема 2.2. Социальные и этнические процессы в странах Запада

Тема 2.3 Страны Западной Европы и США в первые послевоенные десятилетия (конец 40-х-60-е гг)

Тема 2.4. Экономическое и политическое развитие конца 60-70-х гг: экономические и структурные кризисы в странах Запада

Тема 2.5. Экономическое и политическое развитие в 80-90-е гг.

Тема 2.6. Процессы интеграции в Европе и Северной Америке

Раздел 3.

Тема 3.1. Курс на строительство социализма в Восточной Европе.

Тема 3.2. Демократические революции в Восточной Европе: крушение коммунистических режимов.

Тема 3.3. Проблемы интеграции на постсоветском пространстве. Локальные конфликты

Раздел 4.

Тема 4.1. Крушение колониальной системы

Тема 4.2. Особенности развития Китая после Второй мировой войны

Тема 4.3. Особенности развития Японии и новых индустриальных стран после Второй мировой войны

Тема 4.4. Развивающиеся страны Азии и Африки после Второй мировой войны

Тема 4.5. Страны Латинской Америки после Второй мировой войны

Раздел 5.

Тема 5.1. Проблемы мировой цивилизации на рубеже тысячелетий

Тема 5.2. Россия на рубеже 20-21 вв: особенности социально-экономического и политического развития

Тема 5.3. Россия в международных отношениях на рубеже веков

Раздел 6.

Тема 6.1. Основные направления в развитии зарубежной культуры

**Аннотация к рабочей программе**  
**учебной дисциплины ОГСЭ.03 Иностранный язык**  
**по специальности 42.02.01 Реклама**

**1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности

**42.02.01 Реклама.**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в цикл общих гуманитарных и социально – экономических дисциплин ОГСЭ.03.

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

Цели изучения дисциплины:

- дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной).
- развитие и воспитание способности к личностному и профессиональному росту, самообразованию, развитие личностных качеств, таких как культура общения, умение работать в сотрудничестве, в процессе межкультурного общения.

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

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.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося **192** часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки **172** часа;
- самостоятельной работы обучающегося **20** часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Вводный коррективный курс

Тема 1.1. Фонетические, лексические и грамматические особенности иностранного языка

Раздел 2. Развивающий курс. Деловое общение.

Тема 2.1. Этика делового общения

Тема 2.2. Этика телефонного разговора

Тема 2.3. Деловая корреспонденция

Раздел 3. Предприятие и персонал фирмы

Тема 3.1. Типы предприятий. Персонал фирмы

Раздел 4. Продовольственный, промтоварный магазин

Тема 4.1. Продовольственный магазин

Тема 4.2. Промтоварный (универсальный) магазин

Раздел 5. Международная торговля

Тема 5.1. Международная торговля

Раздел 6. Маркетинг

Тема 6.1. Маркетинг

Раздел 7. Реклама

Тема 7.1. Международная реклама

Тема 7.2. Реклама на предприятиях различного типа

Тема 7.3. Виды и типы рекламы

Тема 7.4. Лингвистические особенности рекламного текста

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОГСЭ.04 Русский язык и культура речи**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**.

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

входит в вариативную часть цикла общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин ОГСЭ.04.

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

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

- строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами;

- анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности;
- устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи;
- уметь пользоваться словарями русского языка;
- создавать тексты в устной и письменной форме.

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

- различия между языком и речью, функции языка как средства формирования и трансляции мысли;
- нормы русского литературного языка, специфику устной и письменной речи; правила продуцирования текстов разных деловых жанров.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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 личного 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 личного 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.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 84 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 56 часов;

самостоятельной работы обучающегося 28 часов.

**Промежуточная аттестация в форме** контрольной работы.

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Введение

Тема 1. Принципы русской орфографии и пунктуации

Тема 2. Фонетика. Орфоэпическая норма.

Тема 3. Лексика и фразеология. Лексическая норма.

Тема 4. Части речи. Морфологическая норма.

Тема 5. Синтаксис. Синтаксическая норма.

Тема 6. Словообразование

Тема 7. Текст. Стили речи

**Аннотация к рабочей программе**  
**учебной дисциплины ОГСЭ.05 Информационная культура**  
**по специальности 42.02.01 Реклама**

### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области права и социального обеспечения при наличии среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин ОГСЭ.05 (вариативная часть циклов ППСЗ).

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

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

- составлять список библиографии к рефератам, курсовым и дипломным проектам;
- пользоваться возможностями электронных библиотек, электронной почтой;
- сохранять информацию на материальных носителях;
- использовать возможности сети Интернет;
- работать с браузерами Интернет, форматами представления информации в Интернет;
- работать с документами, форматировать их, готовить для печати.

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

- основные правила библиографического описания документа;
- назначение справочно-библиографического фонда и правила пользования им;
- структуру и методы работы с электронным каталогом WebIrbis;
- возможности и содержание справочно-правовой системы КонсультантПлюс;
- назначение Internet-технологий, адрес и структуру сайтов колледжа и информационно-библиотечного центра, возможности поиска информации для самостоятельной работы;
- назначение Internet, адреса и структуру запроса основных поисковых систем Internet, способы поиска информации для самостоятельной работы;
- основные приемы форматирования и подготовки документов.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 48 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 32 часов;

самостоятельной работы обучающегося 16 часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Библиотечная культура

Раздел 2. Информационная культура

### **Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины **ОГСЭ.06 Физическая культура** по специальности **42.02.01 Реклама****

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности:

**42.02.01 Реклама.**

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин ОГСЭ.06.

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

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

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

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

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

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной

деятельности.

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

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 344 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 172 часа;

самостоятельной работы обучающегося 172 часа.

Программой предусмотрено одно вводное лекционное занятие, все остальные предусмотренные программой теоретические сведения сообщаются в ходе проведения практических занятий.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Научно-методические основы формирования физической культуры личности

Тема 1.1. Общекультурное и социальное значение физической культуры. Здоровый образ жизни.

Раздел 2. Учебно-практические основы формирования физической культуры личности

Тема 2.1. Легкая атлетика

Тема 2.2. Волейбол

Тема 2.3. Кроссовая подготовка

Тема 2.4. Баскетбол

Тема 2.5. Легкая атлетика

Раздел 3. Учебно-практические основы совершенствования физической культуры личности

Тема 3.1. Легкая атлетика

Тема 3.2. Волейбол

Тема 3.3. Кроссовая подготовка

Тема 3.4. Баскетбол

Тема 3.5. Легкая атлетика

Раздел 4. Учебно-практические основы совершенствования физической культуры личности

Тема 4.1. Легкая атлетика

Тема 4.2. Волейбол

Тема 4.3. Кроссовая подготовка

Тема 4.4. Баскетбол

### **Математические и общие естественнонаучные дисциплины (ЕН)**

#### **Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины ЕН.01 Математика по специальности 42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 «Реклама»**.

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

дисциплина «Математика» входит в математический и общий естественно - научный цикл ЕН.01.

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

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

- решать задачи на отыскание производной сложной функции, производных второго и высших порядков;
- применять основные методы интегрирования при решении прикладных задач;
- применять основные методы математического анализа при решении задач прикладного характера, в том числе профессиональной направленности;

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

- основные понятия и методы математического анализа;
- основные численные методы решения прикладных задач.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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 поиски 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.

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

Настоящая программа учебной дисциплины рассчитана на **60** часа максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **40** часов; самостоятельной работы обучающегося **20** часов.

### **Промежуточная аттестация в форме контрольной работы**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Теория пределов

Тема 1. Предел функции. Непрерывность функции.

Раздел 2. Дифференциальное исчисление

Тема 1. Производные функции

Тема 2. Исследование функций с помощью производной

Раздел 3. Интегральное исчисление

Тема 1. Неопределенный интеграл

Тема 2. Определенный интеграл

Раздел 4. Элементы теории вероятностей

Тема 1. Основы теории вероятностей

Раздел 4. Приложение

Тема 1. Решение прикладных задач

### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ЕН.02 Экологические основы природопользования**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1 Область применения программы**

##### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

##### **1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в математический и общий естественнонаучный цикл ЕН.02.

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

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

- использовать представление:
  - о взаимосвязи организмов и среды обитания;
  - об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса;
  - о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды;
  - об экологических принципах рационального природопользования.

**знать:**

- правовые вопросы экологической безопасности

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

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

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

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

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

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

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития,

заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.  
ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 48 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 32 часа;  
самостоятельной работы обучающегося 16 часов.

**Промежуточная аттестация в форме** дифференцированного зачета

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Экология и природопользование

Раздел 2. Правовые вопросы экологической безопасности.

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ЕН.03 Информатика**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по программе «Оператор электронно-вычислительных и вычислительных машин».

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** дисциплина «Информатика» входит в цикл математических и естественнонаучных дисциплин ЕН.03.

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

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

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

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на **102** часа максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **68** часов; самостоятельной работы обучающегося **34** часа.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Информационные технологии и ресурсы

Тема 2. Аппаратное обеспечение персонального компьютера

Тема 3. Программное обеспечение персональных компьютеров

### **Профессиональный цикл**

#### **Общепрофессиональные дисциплины (ОП)**

##### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.01 Рисунок с основами перспективы**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности (специальностям) **42.02.01. «Реклама»**.

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

#### **1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалиста среднего звена**

Дисциплина «Рисунок с основами перспективы» входит в цикл общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла ОП.01.

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

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

- использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике;
- выполнять линейные построения предметов, интерьера, улицы, фигуры человека;

- выполнять тональный рисунок;
- выполнять стилизованную графику, выдерживая единство стиля;
- применять изображение фигуры в композиции.

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

- основные положения теории перспективы;
- способы линейного построения объектов;
- конструкцию светотени;
- профессиональную методику выполнения графической работы;
- приемы графической стилизации;
- пропорционирование головы, деталей лица, фигуры и ее частей.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять 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 для совершенствования профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.1. Владеть классическими изобразительными и техническими приемами, материалами и средствами проектной графики и макетирования

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты

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

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

#### **.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины**

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на **225** часов максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки

обучающегося **150** часов; самостоятельной работы обучающегося **75** часов, практических занятий обучающегося **128** часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта.**

### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Предмет и задачи рисунка

Тема 2. Основные законы перспективы и законы распределения света и тени

Тема 3. Основные методы построения пространства на плоскости

Тема 4. Приемы черно-белой графики

### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.02 Живопись с основами цветоведения**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности (специальностям) **42.02.01 «Реклама»**.

#### **1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалиста среднего звена**

Дисциплина «Живопись с основами цветоведения» входит в цикл общепрофессиональных дисциплин ОП.02.

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

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять 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 для совершенствования профессиональной деятельности
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
- ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задания
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
- ОК 9. Быть готовым к смене 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

- ПК 1.1. Владеть классическими изобразительными и техническими приемами, материалами и средствами проектной графики и макетирования
- ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств
- ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты
- ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии
- ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

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

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на **270** часов максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **180** часов;
- самостоятельной работы обучающегося **90** часов, практических занятий обучающегося **160** часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Природа и основные свойства цвета

Тема 2. Особенности психологии восприятия цвета и его символики

Тема 3. Теоретические принципы гармонизации цветов в композициях

Тема 4. Живописная трансформация объектов предметной среды и человека. Различные виды техники живописи

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.03 История изобразительного искусства**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама».

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в цикл общепрофессиональных дисциплин ОП.03.

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

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

- использовать свои знания в профессиональной деятельности;

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей

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

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 200 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 120 часов;

самостоятельной работы обучающегося 80 часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта.**

### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Основные понятия истории изобразительного искусства

Тема 1.1. Периодизация истории искусства

Раздел 2. Искусство первобытного общества  
Тема 2.1. Первобытное искусство  
Раздел 3. Искусство Древнего Мира  
Тема 3.1. Искусство Древнего Египта  
Тема 3.2. Искусство Месопотамии  
Тема 3.3. Эгейское искусство  
Раздел 4. Античное искусство  
Тема 4.1. Искусство Древней Греции  
Тема 4.2. Искусство Древнего Рима  
Раздел 5. Искусство средних веков  
Тема 5.1. Искусство Византии  
Тема 5.2. Искусство Раннего Средневековья  
Тема 5.3. Искусство Позднего Средневековья  
Раздел 6. Искусство стран Востока  
Тема 6.1. Искусство Китая  
Тема 6.2. Искусство Японии  
Раздел 7. Искусство эпохи Возрождения  
Тема 7.1. Искусство эпохи Возрождения  
Раздел 8. Искусство Западной Европы XVII-XVIII веков  
Тема 8.1. Искусство XVII века  
Тема 8.2. Искусство XVIII века  
Раздел 9. Западноевропейское искусство XIX-XX веков  
Тема 9.1. Искусство Западной Европы XIX века  
Тема 9.2. Искусство Западной Европы XX века  
Раздел 10. Искусство России  
Тема 10.1. Искусство Древней Руси  
Тема 10.2. Искусство Московской Руси  
Тема 10.3. Искусство России XVIII века  
Тема 10.4. Искусство России XIX – XX веков

### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.04 Экономика организации**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

#### **1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** входит в общепрофессиональный цикл ОП.04.

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

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

##### **уметь:**

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

**знать:**

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 147 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 98 часов; самостоятельная работа обучающегося 49 часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта.**

**Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Отраслевые особенности организации в рыночной экономике

Тема 2. Производственная структура организации

Тема 3. Основные средства

- Тема 4.оборотные средства  
Тема 5. Финансовые ресурсы организации  
Тема 6. Кадры предприятия и производительность труда  
Тема 7. Оплата труда  
Тема 8. Издержки производства и реализация продукции по статьям затрат и элементам затрат  
Тема 9. Ценообразование  
Тема 10. Прибыль и рентабельность  
Тема 11. Прогнозирование и планирование деятельности организации  
Тема 12. Финансовое состояние организации

### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.5 Безопасность жизнедеятельности**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в рамках реализации программ переподготовки кадров в учреждениях СПО.

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в цикл общепрофессиональных дисциплин ОП.05.

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

**Цель дисциплины** «Безопасность жизнедеятельности» - вооружить будущих выпускников учреждений СПО теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для:

- разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени;
- прогнозирования развития и оценки последствий чрезвычайных ситуаций; принятия решений по защите населения и территорий от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их воздействий;
- выполнения конституционного долга и обязанности по защите Отечества в рядах Вооружённых Сил Российской Федерации;
- своевременного оказания доврачебной помощи.

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

- ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
- ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
- ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
- ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
- ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 102 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 68 часов  
самостоятельной работы обучающихся - 34 часа;

#### **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Введение

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

Тема 1.1. Чрезвычайные ситуации природного, техногенного и военного характера

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

Тема 1.3. Организация защиты населения от чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени

Тема 1.4. Обеспечение устойчивости функционирования объектов экономики

Раздел 2. Основы военной службы

Тема 2.1. Основы обороны государства

Тема 2.2. Военная служба - особый вид федеральной государственной службы.

Тема 2.3. Основы военно-патриотического воспитания.

Раздел 3. Основы медицинских знаний и здорового образа жизни

Тема 3.1 Оказание первой медицинской помощи пострадавшим при несчастных случаях, ранениях и травмах.

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.06 Основы дизайна**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности (специальностям) **42.02.01. «Реклама»**.

#### **1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалиста среднего звена**

Дисциплина «Основы дизайна» входит в цикл общепрофессиональных дисциплин ОП.06.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- определять основные стили дизайна;
- давать индивидуальную характеристику стиля дизайна;

- использовать художественные средства композиции, цветоведения, светового дизайна для решения задач дизайнерского проектирования для дальнейшего использования в дизайне рекламы.

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

- основные понятия дизайна;
- основные закономерности развития дизайна в разных странах в историческом аспекте;
- основные виды и характерные особенности современного дизайна;
- художественные средства композиции, цветоведения, светового дизайна.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты

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

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

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

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на **54** часа максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **36** часов; самостоятельной работы обучающегося **18** часов, практические занятия по данной дисциплине не предусмотрены.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.**



## **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Характеристика дизайна

Тема 2. Стили декоративного искусства как основа создания современного дизайна

Тема 3. Теоретические основы композиции

Тема 4. Основные виды современного дизайна

## **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.07 Психология рекламной деятельности**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалиста среднего звена:**  
Вариативная часть циклов ППСЗ, ОП.07 (общепрофессиональные дисциплины).

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

#### **уметь:**

- оценить рекламную услугу с точки зрения эффективности психологического воздействия;
- базовые представления о теоретических и методологических основах психологии рекламной деятельности;
- описывать психические процессы в условиях рекламной коммуникации;
- идентифицировать и анализировать методы психологического воздействия в рекламе;
- различать особенности организации рекламного воздействия на потребителей с разным типом и уровнем мотивации;
- видеть возможности и барьеры для эффективной работы рекламиста

#### **знать:**

- основные закономерности психологического восприятия и воздействия рекламы на потребителя,
- представление о коммуникации рекламиста и потребителя, психологии рекламиста как об актуальных направлениях психологии рекламной деятельности;
- представления о своей профессиональной роли в процессе рекламной деятельности

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.**

### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Основы психологии рекламы

Тема 2. Мотивы и потребности как основа потребительского поведения

Тема 3. Психологические принципы построения рекламных обращений

### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.08 Основы бухгалтерского и налогового учета**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама. Рабочая программа дисциплины может быть использована при повышении квалификации специалистов предприятий.

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** дисциплина «Основы бухгалтерского и налогового учета» относится к вариативной части цикла общепрофессиональных дисциплин ОП.08.

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

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

- использовать данные бухгалтерского учета в профессиональной деятельности
- составлять бухгалтерский баланс организации;
- ориентироваться в действующем налоговом законодательстве РФ;
- понимать сущность и порядок расчетов налогов;

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

- понятие бухгалтерского учета;
- структуру и виды бухгалтерского баланса;
- основные требования к ведению бухгалтерского учета;
- предмет, метод и принципы бухгалтерского учета;
- план счетов бухгалтерского учета;
- документы хозяйственных операций
- Налоговый кодекс РФ;
- экономическую сущность налогов;
- принципы построения и элементы налоговых систем;
- виды налогов в РФ и порядок их расчетов.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

#### **1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:**

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

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **72** часов;

самостоятельной работы обучающегося **36** часов.

#### **Промежуточная аттестация в форме контрольной работы.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Основы бухгалтерского учета

Тема 1.1. Бухгалтерский учет: понятие, задачи

Тема 1.2. Бухгалтерский баланс

Тема 1.3. Документальное оформление операций

Тема 1.4. Инвентаризация как элемент метода бухгалтерского учета

Тема 1.5. Система счетов бухгалтерского учета

Тема 1.6. Учет денежных средств в кассе

Тема 1.7. Учет расчетов с персоналом по оплате труда

Тема 1.8. Учет основных средств и нематериальных активов

Тема 1.9. Бухгалтерская отчетность организации.

Раздел 2. Основы налогового учета

Тема 2.1. Сущность и функции налогов, основные принципы налогообложения

Тема 2.2. Федеральные налоги

Тема 2.3. Региональные налоги

Тема 2.4. Местные налоги

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.09 Маркетинговые исследования рынка**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области экономики и организации торговли)

## **1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: Вариативная часть циклов ППССЗ, ОП.09 (общепрофессиональные дисциплины)**

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

#### **Выпускник должен знать**

- законодательные акты, НД по маркетинговым исследованиям
- теоретические основы проведения маркетинговых исследований и сбора маркетинговой информации для проведения анализа рыночной ситуации

#### **Выпускник должен уметь**

- разрабатывать предложения по формированию исследовательской политики на предприятии;
- анализировать состояние рынка товаров и услуг;
- проводить маркетинговые исследования;
- анализировать окружающую среду маркетинга, проводить SWOT- анализ;
- использовать программное обеспечение, компьютерные и телекоммуникационные средства в проведении исследований.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

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

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

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

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 108 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 72 часа;  
самостоятельной работы обучающегося 36 часов.

#### **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел .1 Методологические основы маркетинговых исследований рынка

Тема 1.1. Цели, задачи, процесс маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований

Тема 1.2. Объекты маркетинговых исследований. Этические проблемы маркетинговых исследований

Тема 1.3.Маркетинговая информация

Раздел 2. Организация маркетинговых исследований.

Тема 2.1.Методы сбора маркетинговой информации

Тема 2.2.Исследования рынка

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.10 Иностранный язык (профессиональный)**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности

#### **42.02.01 Реклама.**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

входит в вариативную часть цикла общепрофессиональных дисциплин ОП.10.

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

Цель изучения дисциплины:

- дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной).
- развитие и воспитание способности к личностному и профессиональному росту, самообразованию, развитие личностных качеств, таких как культура общения, умение работать в сотрудничестве, в процессе межкультурного общения.

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

#### **1.4. Рекомендованное количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося **105** часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки **70** часов;

- самостоятельной работы обучающегося **35** часов.

#### **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета**

##### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1. Изобразительное искусство

Тема 1. История изобразительного искусства

Раздел 2. Дизайн интерьера

Тема 2.1. Дизайн интерьера

Раздел 3. Моя будущая специальность

Тема 3.1. Моя будущая специальность

Раздел 4. Деловое путешествие за границу

Тема 4.1. Деловое путешествие за границу

Тема 4.2. В гостинице

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.11 Информационные технологии в рекламе**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

### **1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по программе «Фотограф».

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** дисциплина «Информационные технологии в рекламе» входит в цикл общепрофессиональных дисциплин ОП.12.

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

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

- выбирать инструментальные средства и алгоритмы решения задач изученной предметной области;
- использовать возможности Интернет для решения поисковых, образовательных и исследовательских задач;
- использовать изученные прикладные программные средства в профессиональной деятельности;
- планировать рекламные кампании в сети Интернет, выбирать площадки и форматы размещения медийной рекламы, создавать объявления контекстной рекламы с учетом подбора ключевых слов, основанного на знании поведения потребителей и специфики информационного поиска.

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

- современное состояние и перспективы развития информационных технологий;
- технические и программные средства реализации информационных процессов;
- модели решения маркетинговых и рекламных задач;
- основные типы информационных систем и их компоненты;
- содержание основных понятий и теоретических основ рекламных коммуникаций сети Интернет.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на **288** часов максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **192** часа;

самостоятельной работы обучающегося 96 часов.

#### **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Информация и информационные технологии в рекламной деятельности

Тема 2. Основы компьютерной графики

Тема 3. Мультимедийные технологии в рекламе

Тема 4. Информационные технологии обработки рекламной информации

Тема 5. Основы Internet-рекламы

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.12 Поведение потребителей**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 42.02.01 Реклама

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (ППСЗ):** входит в вариативную часть цикла общепрофессиональные дисциплины.

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

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

- правильно и грамотно работать с клиентами на разных этапах его жизненного цикла;
- определять этап процесса решения потребителя о покупке и выработать соответствующие действия.

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

- понятие потребительского поведения;
- методы изучения поведения потребителей;
- внешние и внутренние факторы поведения потребителей;
- процесс принятия потребителями решения о покупке;
- типы и модели покупательского поведения.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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



ней устойчивый интерес.

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

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

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;

самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Сущность, содержание и цели изучения поведения потребителей

Тема 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей Тема 3. Внутренние факторы влияния на поведение потребителей

Тема 4. Процесс принятия решения о покупке

Тема 5. Типы и модели покупательского поведения

Тема 6. Организационное покупательское поведение. Консьюмеризм

### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.13 Социальная реклама**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена, в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области экономики и организации торговли)

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

Вариативная часть циклов ППСЗ, ОП.12 (общеобразовательные дисциплины)

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

**Выпускник должен знать**

- законодательные акты, НД по социальной рекламе
- теоретические основы социальной рекламы

### **Выпускник должен уметь**

- решать профессиональные кейсы
- осуществлять поиск эффективных идей для социальной рекламы
- разрабатывать авторские проекты социальной рекламы
- осуществлять защиту проекта

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часа;

самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

### **Промежуточная аттестация в форме контрольная работа**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Понятие социальной рекламы

Тема 2. Технологии социальной рекламы

### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.14 Предпринимательство**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама

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

Общепрофессиональная дисциплина профессионального цикла ОП.14.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- разрабатывать предпринимательские бизнес-идеи;

- ставить цели в соответствии с бизнес-идеями, решать организационные вопросы создания бизнеса;
- формировать пакет документов для регистрации бизнеса
- формировать пакет документов для получения государственной поддержки малого бизнеса;
- анализировать рыночные потребности и спрос на новые товары и услуги;
- обосновывать ценовую политику;
- выбирать способ продвижения товаров и услуг на рынок;
- составлять бизнес-план на основе современных программных технологий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- понятие, функции и виды предпринимательства;
- особенности социального предпринимательства;
- правовой статус предпринимателя, организационно-правовые формы юридического лица и этапы процесса его образования;
- правовые формы организации частного, коллективного и совместного предпринимательства;
- юридическую ответственность предпринимателя;
- нормативно-правовую базу, этапы государственной регистрации субъектов малого предпринимательства;
- формы государственной поддержки малого бизнеса;
- системы налогообложения, применяемые субъектами малого и среднего бизнеса, порядок исчисления уплачиваемых налогов;
- виды и формы кредитования малого предпринимательства, программы региональных банков по кредитованию субъектов малого предпринимательства;
- ценовую политику в предпринимательстве;
- сущность и назначение бизнес-плана, требования к его структуре и содержанию и оценка его эффективности.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

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.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часа;

самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

**Промежуточная аттестация в форме дифференцированный зачет.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Основы предпринимательства

Тема 2. Организация предпринимательской деятельности

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.15 Эффективное поведение на рынке труда**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности (специальностям) 42.02.01 РЕКЛАМА

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

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** вариативная часть циклов ППССЗ, ОП.15 (общепрофессиональные дисциплины)

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

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

- составлять полное и развернутое резюме;
- правильно и грамотно заполнять анкету при собеседовании;
- правильно и грамотно составлять объявление о поиске работы;
- владеть техникой уверенного поведения при собеседовании.

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

- типы и классы профессий;
- ситуацию на рынке труда г. Вологды и Вологодской области;
- теневые явления на рынке труда;
- имидж и его составляющие;
- основы собеседования как одного из элементов трудоустройства;
- юридические аспекты трудоустройства.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;

самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

#### **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета**

##### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Актуальность проблемы трудоустройства

Тема 2. Типы и классы профессий

Тема 3. Теневые явления на рынке труда

Тема 4. Объявления о работе: поиск и размещение

Тема 5. Составление развернутого резюме

Тема 6. Телефонный этикет

Тема 7. Имидж, как одна из составляющих успешного трудоустройства

Тема 8. Собеседование. Основы успеха

Тема 9. Заполнение анкеты при кастинге. Особенности анкеты

Тема 10. Юридические аспекты трудоустройства

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.16 Экономическая география Вологодской области**  
по специальности **42.02.01 Реклама**

##### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит в вариативную часть цикла общепрофессиональных дисциплин ОП.16.

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

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

- выделять, описывать и объяснять существенные признаки географических объектов и явлений Вологодской области;
- находить в разных источниках и анализировать информацию, необходимую для изучения географических объектов и явлений Вологодской области, их обеспеченности природными и человеческими ресурсами, хозяйственного потенциала, экологических проблем;
- приводить примеры: использования и охраны природных ресурсов, адаптации человека к условиям окружающей среды, ее влияния на формирование культуры края, его экономической специализации, центров производства важнейших видов продукции, основных коммуникаций и их узлов;
- составлять краткую географическую характеристику районов и края в целом;
- определять на местности, плане и карте расстояния, направления высоты точек; географические координаты и местоположение географических объектов;
- применять приборы и инструменты для определения количественных и качественных характеристик компонентов природы; представлять результаты измерений в разной форме; выявлять на этой основе эмпирические зависимости;
- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни.

**знать:**

- географические явления и процессы в геосферах, взаимосвязи между ними, их изменение в результате деятельности человека;
- специфику и особенности географического положения и административно-территориального устройства Вологодской области; особенности ее природы, населения, основных отраслей хозяйства, природно-хозяйственных зон и районов;
- различия в хозяйственном освоении разных территорий Вологодской области; связь между природными условиями, ресурсами и хозяйством отдельных районов
- природные и антропогенные причины возникновения экологических проблем на региональном уровне; меры по сохранению природы и защите людей от природных и техногенных бедствий.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 108 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 72 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 36 часов.

#### **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Административно-территориальное положение Вологодской области

Тема 2. Природно-ресурсный потенциал Вологодской области

Тема 3. Трудовые ресурсы Вологодской области.

Тема 4. Хозяйство Вологодской области.

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.17 Выставочная деятельность**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области экономики и организации торговли)

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

Вариативная часть циклов ППСЗ, ОП.17 (общепрофессиональные дисциплины)

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

##### **Выпускник должен знать**

- законодательные акты, НД по выставочной деятельности;
- теоретические основы выставочной деятельности

##### **Выпускник должен уметь**

- осуществлять поиск эффективных идей для выставочной деятельности
- разрабатывать авторские проекты выставочной деятельности
- осуществлять защиту проекта

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;

самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

**Промежуточная аттестация в форме контрольной работы**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Понятие выставочной деятельности

Тема 2. Технологии выставочной деятельности

#### **Аннотация к рабочей программе**

учебной дисциплины **ОП.18 Психология делового общения**

по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**.

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** вариативная часть циклов ППССЗ, ОП 05 (общеобразовательные дисциплины)

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- анализировать взаимоотношения в коллективе;
- организовывать межличностное и межгрупповое взаимодействие людей;
- пользоваться широким набором коммуникативных приемов и техник;
- применять правила делового этикета в профессиональной деятельности;
- регулировать конфликтные ситуации в организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- психологические закономерности общения, обмена информацией;
- взаимодействия людей в процессе профессиональной деятельности;
- типичные причины конфликта в межличностных отношениях и профессиональной деятельности;
- функции, структуру и динамику и конфликта в коллективе;
- современные технологии разрешения конфликтов.

В результате освоения дисциплины специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по базовой подготовке):

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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

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.

В результате освоения дисциплины обучающийся специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины по очной форме обучения:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 108 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 72 часов;

самостоятельной работы обучающегося 36 часов.

#### **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.**

#### **Наименование разделов и тем дисциплины**

Раздел 1 Психологические аспекты делового общения

Тема 1 Деловое общение как социально-психологическая категория

Тема 1.2 Психическая структура личности и практика делового общения

Тема 1.3 Коммуникативная сторона общения

Тема 1.4 Перцептивная сторона общения

Тема 1.5 Интерактивная сторона общения

Тема 1.6 Невербальная коммуникация

Раздел 2 Деловое общение: процесс переговоров, решение конфликтных ситуаций

Тема 2.1 Виды и формы делового общения

Тема 2.2 Психологические аспекты переговорного процесса

Тема 2.3 Конфликты и способы их предупреждения и разрешения

### **Профессиональные модули (ПМ)**

#### **Аннотация к рабочей программе**

**ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**  
по специальности по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

«Разработка и создание дизайна рекламной продукции» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Осуществлять поиск рекламных идей.
2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.
4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области дизайна и создания рекламной продукции).

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

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

**иметь практический опыт:**

- 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 создания рекламного текста;
- композиционную, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

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

Всего **342** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **270** час, включая:

обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – **180** часа;

самостоятельной работы обучающегося – **90** часов;

учебной практики – 36 часов,

производственной практики – 36 часов.

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
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 в 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

Промежуточная аттестация в форме:

Экзамен по МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта; МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.

Экзамен квалификационной ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

### Аннотация к рабочей программе

#### ПМ.02 Производство рекламной продукции

по специальности по специальности **42.02.01 Реклама**

#### 1.1. Область применения программы

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

1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области дизайна и создания рекламной продукции).

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

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

**иметь практический опыт:**

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

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

Всего **1194** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **690** час, включая:

обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – **460** часа;

самостоятельной работы обучающегося – **230** часов;

учебной практики – **144** часа,

производственной практики (практики по профилю специальности) – **360** часов.

**2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Производство рекламной продукции», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы
ПК 2.2.	Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале
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 в 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

Промежуточная аттестация в форме:

Экзамен по МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале, МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа, МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии.

Экзамен квалификационной ПМ.02 Производство рекламной продукции.

### **Аннотация к рабочей программе**

#### **ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта по специальности 42.02.01 Реклама**

##### **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 профессиональной деятельности (ВПД): **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области дизайна и создания рекламной продукции).

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

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

**иметь практический опыт:**

- 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. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Всего – **324** часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **252** часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **168** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **84** часа;

производственной практики – **72** часа.

**2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 3.1.	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка
ПК 3.2.	Определять и разрабатывать стратегию и 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 в 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

Промежуточная аттестация в форме:

Экзамен по МДК.03.01 Маркетинг в рекламе, МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности

Экзамен квалификационной ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

### **Аннотация к рабочей программе**

#### **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта по специальности 42.02.01 Реклама**

##### **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 профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области дизайна и создания рекламной продукции).

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

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

###### **иметь практический опыт:**

- 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 законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента

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

Всего – **321** часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **249** часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **166** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **83** часа;

производственная практика (практика по профилю специальности) – **72** часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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 в 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.

Промежуточная аттестация в форме:

Экзамен по МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

Экзамен квалификационной ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта



## Аннотация к рабочей программе

### **ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (агент рекламный)** по специальности **42.02.01 Реклама**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01. Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (агент рекламный)** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов.
2. Создавать сценарии и рекламные тексты.
3. Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.
4. Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта.
5. Применять методы и приемы режиссуры при реализации рекламного проекта.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области дизайна и создания рекламной продукции).

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

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

##### **иметь практический опыт:**

- осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов.
- осуществления в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
- контакта с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
- использования компьютерных технологий для обработки текстовой информации.

##### **уметь:**

- оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
- вести переговоры с заказчиками.
- использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
- контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
- составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.
- работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

##### **знать:**

- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг.
- приемы создания и обработки изображений.
- современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

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

Всего **162** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **54** часа, включая:  
обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – **36** часов;  
самостоятельной работы обучающегося – **18** часов;  
учебной практики на предприятии – **108** часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (агент рекламный), 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.	Вести переговоры с заказчиками
ПК 5.3.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг
ПК 5.4.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком
ПК 5.5.	Опирается при работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
ПК 5.6	Составлять и оформлять тексты простых рекламных объявлений
ПК 5.7	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
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 в 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

Промежуточная аттестация в форме:

Экзамен по МДК.05.01. Организация работ по профессии агент рекламный.

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

### Преддипломная практика

### Выпускная квалификационная работа