

**АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ  
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ  
42.02.01 Реклама  
СГ. Социально-гуманитарный цикл  
СГ.01 История России**

**1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

**2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина История России входит в социально- гуманитарный цикл.

**3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины – формирование у обучающихся исторического сознания, развитие интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к оценкам исторических событий и фактов действительности, усвоение идеи единства мирового историко-культурного процесса при одновременном признании многообразия его форм.

**Перечень компетенций, формируемых при освоении дисциплины**

**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), 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.

**Цель** изучения дисциплины История России – формирование у обучающихся исторического сознания, развитие интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к оценкам исторических событий и фактов действительности, усвоение идеи

единства мирового историко-культурного процесса при одновременном признании многообразия его форм.

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

- отражать понимание России в мировых политических и социально-экономических процессах XX - начала XXI века, знание достижений страны и ее народа; умение характеризовать историческое значение Российской революции, Гражданской войны, Новой экономической политики, индустриализации и коллективизации в СССР, решающую роль СССР в победе над нацизмом, значение советских научно-технологических успехов, освоения космоса; понимание причин и следствий распада СССР, возрождения Российской Федерации как мировой державы, воссоединения Крыма с Россией, специальной военной операции на Украине и других важнейших событий XX – начала XXI века; особенности развития культуры народов СССР (России);
- составлять описание (реконструкцию) в устной и письменной форме исторических событий, явлений, процессов истории родного края, истории России и всемирной истории XX - начала XXI века и их участников, образа жизни людей и его изменения в Новейшую эпоху; формулировать и обосновывать собственную точку зрения (версию, оценку) с опорой на фактический материал, в том числе используя источники разных типов;
- выявлять существенные черты исторических событий, явлений, процессов; систематизировать историческую информацию в соответствии с заданными критериями; сравнивать изученные исторические события, явления, процессы;
- осуществлять с соблюдением правил информационной безопасности поиск исторической информации по истории России и зарубежных стран XX – начала XXI века в справочной литературе, сети Интернет, СМИ для решения познавательных задач; оценивать полноту и достоверность информации с точки зрения ее соответствия исторической действительности;
- анализировать текстовые, визуальные источники исторической информации, в том числе исторические карты/схемы, по истории России и зарубежных стран XX – начала XXI века; сопоставлять информацию, представленную в различных источниках; формализовать историческую информацию в виде таблиц, схем, графиков, диаграмм;
- защищать историческую правду, не допускать умаления подвига народа при защите Отечества, готовность давать отпор фальсификациям российской истории;
- демонстрировать патриотизм, гражданственность, уважение к своему Отечеству — многонациональному Российскому государству, в соответствии с идеями взаимопонимания, согласия и мира между людьми и народами, в духе демократических ценностей современного общества;
- анализировать, характеризовать и сравнивать исторические события, явления, процессы с древнейших времен до настоящего времени; причинно-следственные, пространственные связи исторических событий, явлений, процессов с древнейших времен до настоящего времени.

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

- основные периоды истории Российского государства, ключевые социально-экономические процессы, а также даты важнейших событий отечественной истории;
- имена героев Первой мировой, Гражданской, Великой Отечественной войн, исторических личностей, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России в XX – начале XXI века;
- ключевые события, основные даты и этапы истории России и мира в XX – начале XXI века; выдающихся деятелей отечественной и всемирной истории; важнейших достижений

культуры, ценностных ориентиров;

- основные этапы эволюции внешней политики России, роль и место России в общемировом пространстве;
- основные тенденции и явления в культуре; роль науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций;
- Россия накануне Первой мировой войны. Ход военных действий. Власть, общество, экономика, культура. Предпосылки революции;
- Февральская революция 1917 года. Двоевластие. Октябрьская революция. Первые преобразования большевиков. Гражданская война и интервенция. Политика «военного коммунизма». Общество, культура в годы революций и Гражданской войны;
- Нэп. Образование СССР. СССР в годы нэпа. «Великий перелом». Индустриализация, коллективизация, культурная революция. Первые Пятилетки. Политический строй и репрессии. Внешняя политика СССР. Укрепление обороноспособности;
- Великая Отечественная война 1941-1945 годы: причины, силы сторон, основные операции. Государство и общество в годы войны, массовый героизм советского народа, единство фронта и тыла, человек на войне. Нацистский оккупационный режим, зверства захватчиков. Освободительная миссия Красной Армии. Победа над Японией. Решающий вклад СССР в Великую Победу. Защита памяти о Великой Победе;
- СССР в 1945-1991 годы. Экономическое развитие и реформы. Политическая система «развитого социализма». Развитие науки, образования, культуры. «Холодная война» и внешняя политика. СССР и мировая социалистическая система. Причины распада Советского Союза;
- Российская Федерация в 1992-2022 годы. Становление новой России. Возрождение Российской Федерации как великой державы в XXI веке. Экономическая и социальная модернизация. Культурное пространство и повседневная жизнь. Укрепление обороноспособности. Воссоединение с Крымом и Севастополем. Специальная военная операция. Место России в современном мире; роли России в мировых политических и социально-экономических процессах с древнейших времен до настоящего времени.

#### 4. Количество часов на освоение программы дисциплины

| Вид учебной работы                      | Объем часов |
|-----------------------------------------|-------------|
| По плану (всего)                        | 52          |
| С преподавателем (всего)                | 38          |
| Самостоятельная работа студента (всего) | 14          |
| Промежуточная аттестация                | Диф зачёт   |

#### 5. Тематическое планирование дисциплины.

Тема 1. Россия – великая наша держава

Тема 2. Александр Невский как спаситель Руси

Тема 3. Смута и её преодоление

Тема 4. Волим под царя восточного, православного

Тема 5. Пётр Великий. Строитель великой империи

Тема 6. Отторженная возвратих

Тема 7. Крымская война – «Пиррова победа Европы»

Тема 8. Гибель империи

Тема 9. От великих потрясений к Великой победе

Тема 10. Вставай, страна огромная

Тема 11. В буднях великих строек

Тема 12. От перестройки к кризису, от кризиса к возрождению

Тема 13. Россия. XXI век

Тема 14. История антироссийской пропаганды

Тема 15. Слава русского оружия

Тема 16. Россия в деле

## **СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности

42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Иностранный язык в ПД входит в социально- гуманитарный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины – приобретение обучающимися иноязычной коммуникативной компетенции, уровень которой позволяет использовать иностранный язык для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

**Перечень компетенций, формируемых при освоении дисциплины 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), 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.

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

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

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.

**Воспитательная цель** изучения дисциплины – формирование у обучающихся способностей к саморазвитию личности, готовой к самостоятельной профессиональной деятельности, способной адаптироваться к современным условиям развития общества; воспитание активного гражданина с высокой духовно-нравственной культурой и патриотизма.

#### **4. Количество часов на освоение программы дисциплины**

| <b>Вид учебной работы</b>                                | <b>Объем часов</b> |
|----------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>По плану (всего)</b>                                  | <b>138</b>         |
| <b>С преподавателем (всего)</b>                          | <b>118</b>         |
| <b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>           | <b>20</b>          |
| <b>Промежуточная аттестация дифференцированный зачет</b> |                    |

#### **5. Тематическое планирование дисциплины.**

Раздел 1 Я и моя семья

Раздел 2 Работа и отдых

Раздел 3 Путь к успеху

Раздел 4. Еда в нашей жизни

Раздел 5. Привлечение клиентов

## **СГ.03 Безопасность жизнедеятельности**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Безопасность жизнедеятельности входит в социально-гуманитарный учебный цикл

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины - приобретение знаний и умений, необходимых для сохранения своей жизни и здоровья; для обеспечения безопасности человека в современных экономических и социальных условиях; знаний в области защиты населения и территорий в чрезвычайных ситуациях как в мирное, так и в военное время; для спасения людей, животных и материальных ценностей.

#### **Перечень компетенций, формируемых при освоении дисциплины**

**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.

**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 учётом 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.

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 серьёзной 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 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 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.

**Воспитательная цель** изучения дисциплины – формирование у обучающихся способностей к саморазвитию личности, готовой к самостоятельной профессиональной деятельности, способной адаптироваться к современным условиям развития общества; воспитание активного гражданина с высокой духовно-нравственной культурой патриотизма.

#### **4. Количество часов на освоение программы дисциплины**

| <b>Вид учебной работы</b>                                 | <b>Объем часов</b> |
|-----------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>По плану (всего)</b>                                   | <b>74</b>          |
| <b>С преподавателем (всего)</b>                           | <b>68</b>          |
| <b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>            | <b>6</b>           |
| <b>Промежуточная аттестация:</b> Дифференцированный зачёт |                    |

#### **5. Тематическое планирование дисциплины.**

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

Раздел 2. Основы военной службы.

Раздел 3. Основы медицинских знаний и здорового образа жизни.

## **СГ. 04 Физическая культура**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Физическая культура входит в социально- гуманитарный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины – формирование понимания важности роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека, необходимости здорового образа жизни, необходимости использования физкультурно-оздоровительной деятельности для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей.

#### **Перечень компетенций, формируемых при освоении дисциплины**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Воспитательная цель** изучения дисциплины – формирование у обучающихся способностей к саморазвитию личности, готовой к самостоятельной профессиональной деятельности, способной адаптироваться к современным условиям развития общества; воспитание активного гражданина с высокой духовно-нравственной культурой и патриотизма.

#### 4. Количество часов на освоение программы дисциплины

| Вид учебной работы                                  | Объем часов |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| По плану (всего)                                    | 122         |
| С преподавателем (всего)                            | 122         |
| Самостоятельная работа студента (всего)             | 0           |
| Промежуточная аттестация – дифференцированный зачёт |             |

5.

#### Тематическое планирование дисциплины.

Раздел 1. Основы физической культуры

Раздел 2. Легкая атлетика

Раздел 3. Баскетбол

Раздел 4. Волейбол

Раздел 5. Профессионально-прикладная физическая подготовка

## СГ.05 Основы бережливого производства

### 1. Область применения дисциплины

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности

42.02.01 Реклама».

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Основы бережливого производства входит в социально-гуманитарный цикл.

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

В рамках программы учебной дисциплины СГ.05 Основы бережливого производства обучающимися осваиваются умения и знания

| Код<br>ПК, ОК                                                                    | Умения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Знания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК 1.1.<br>ПК 2.1.<br>ПК 2.2.<br>ПК 3.3.<br>ОК 01.<br>ОК 02.<br>ОК 03.<br>ОК 04. | - проводить мероприятия по реализации проектов по бережливому производству;<br>- применять принципы и инструменты бережливого производства в рекламных организациях;<br>- выявлять потери в потоке создания ценности в рекламной организации и предлагать пути их решения;<br>- налаживать эффективные отношения в трудовом коллективе и решать возникающие конфликты в Рекламной организации. | - систему организации оказания услуг рекламы населению;<br>- права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности;<br>- права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации<br>- основы и принципы системы бережливого производства;<br>- базовые инструменты бережливого производства;<br>- основные виды потерь, способы их выявления и устранения;<br>- основы корпоративной культуры и профессиональной этики в рекламной организации;<br>- основы проектной деятельности |

Учебная дисциплина СГ.05 Основы бережливого производства должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 2, 3, 4, 7, 13, 15, 18, 24, 25-27

#### 4. Количество часов на освоение программы дисциплины

| Вид учебной работы                                        | Объем в часах |
|-----------------------------------------------------------|---------------|
| <b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b> | <b>42</b>     |
| <b>С преподавателем (всего)</b>                           | <b>38</b>     |
| <i>Самостоятельная работа</i>                             | <b>4</b>      |
| Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)       |               |

#### 5. Тематическое планирование дисциплины.

Тема 1. Организационные основы рекламы

Тема 2. Правовые аспекты рекламной деятельности

Тема 3. Теоретические основы бережливого производства

Тема 4. Стратегии и инструменты бережливого производства для выявления проблем и их причин

Тема 5. Реализация концепции бережливого производства в рекламе

Тема 6. Стратегия клиентоориентированности в рекламной организации

Тема 7. Стандартизация и непрерывное совершенствование

Тема 8. Формирование корпоративной культуры бережливого производства

## **СГ.06 Основы финансовой грамотности**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Учебная дисциплина «Основы финансовой грамотности» входит в обязательную часть социально-гуманитарного учебного цикла основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

Цель изучения дисциплины Основы финансовой грамотности - получение студентами комплексных знаний в области финансовой системы России, фондового рынка, страхования, налогов, пенсионного накопления, приобретение практических навыков создания и развития собственного бизнеса.

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

- применять теоретические знания по финансовой грамотности для практической деятельности и повседневной жизни;
- взаимодействовать в коллективе и работать в команде;
- рационально планировать свои доходы и расходы; грамотно применяет полученные знания для оценки собственных экономических действий в качестве потребителя, налогоплательщика, страхователя, члена семьи и гражданина;
- использовать приобретенные знания для выполнения практических заданий, основанных на ситуациях, связанных с банковскими операциями, рынком ценных бумаг, страховым рынком, фондовой и валютной биржами;
- анализирует состояние финансовых рынков, используя различные источники информации;
- определять назначение видов налогов и применять полученные знания для расчёта НДФЛ, налоговых вычетов, заполнения налоговой декларации;
- применять правовые нормы по защите прав потребителей финансовых услуг и выявлять признаки мошенничества на финансовом рынке в отношении физических лиц;
- планировать и анализировать семейный бюджет и личный финансовый план;
- составлять обоснование бизнес-идеи;
- применять полученные знания для увеличения пенсионных накоплений

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

- основные понятия финансовой грамотности и основные законодательные акты, регламентирующие ее вопросы;
- виды принятия решений в условиях ограниченности ресурсов;
- основные виды планирования;
- устройство банковской системы, основные виды банков и их операций;
- сущность понятий «депозит» и «кредит», их виды и принципы;
- схемы кредитования физических лиц;

- устройство налоговой системы, виды налогообложения физических лиц;
- признаки финансового мошенничества;
- основные виды ценных бумаг и их доходность;
- формирование инвестиционного портфеля;
- классификацию инвестиций, основные разделы бизнес-плана;
- виды страхования;
- виды пенсий, способы увеличения пенсий

### **Список компетенций, реализуемых дисциплиной в соответствии с ФГОС**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются общие и профессиональные компетенции.

#### **Общие компетенции:**

- ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
- ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

#### **Профессиональные компетенции:**

- ПК 1. Выявлять потребности граждан, обуславливающие нуждаемость в рекламных услугах.
- ПК 3. Предоставлять комплекс рекламных услуг я различные методы и технологии
- ПК 5. Проводить мероприятия по профилактике возникновения обстоятельств, ухудшающих или способных ухудшить условия жизнедеятельности
- ПК 7. Проводить мероприятия по консультированию в области развития цифровой грамотности.

**Воспитательная цель** в рамках изучения дисциплины – развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

## **4. Количество часов на освоение программы дисциплины**

| <b>Вид учебной работы</b>                                          | <b>Объем часов</b> |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>Учебная нагрузка (всего)</b>                                    | <b>54</b>          |
| <b>Аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>                         | <b>48</b>          |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>                 | <b>6</b>           |
| <b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b> |                    |

## **5. Тематическое планирование дисциплины.**

Раздел 1. Деньги и операции с ними

Раздел 2. Планирование и управление личными финансами

Раздел 3. Риск и доходность

Раздел 4. Финансовая среда

## **Общепрофессиональный цикл**

### **ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе**

#### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности

42.02.01 Реклама».

#### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе входит в общепрофессиональный цикл.

#### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

Целями и задачами освоения дисциплины «Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе» являются:

- формирование понимания основных законов изображения предметов, окружающей среды, фигуры человека, формирующих далее профессиональные компетенции в области творческого проектирования рекламного продукта,
- подготовка обучающихся к освоению практических навыков по созданию визуальных рекламных продуктов, рекламного и медиадизайна

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

- принципы и законы композиции;
- средства композиционного формообразования: пропорции, масштабность, ритм, контраст и нюанс;
- специальные выразительные средства: план, ракурс, тональность, колорит, изобразительные акценты, фактура и текстура материалов и др.;
- принципы создания симметричных и асимметричных композиций;
- основные и дополнительные цвета, принципы их сочетания;
- ряды хроматических и ахроматических тонов и переходные между ними;
- особенности восприятия визуального рекламного продукта аудиторией;
- приемы и законы композиции и колористики в рекламе.

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

- использовать художественные средства композиции, цветоведения, светового дизайна в профессиональной практике;
- применять основные композиционные законы и понятия в профессиональной практике;
- выстраивать композиции с учётом перспективы и визуальных особенностей среды;
- выдерживать соотношение размеров в композициях;
- соблюдать закономерности соподчинения элементов в композициях.

#### **Перечень компетенций, формируемых при освоении дисциплины**

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

#### **4. Количество часов на освоение программы дисциплины**

| <b>Вид учебной работы</b>                      | <b>Объем часов</b> |
|------------------------------------------------|--------------------|
| <b>По плану (всего)</b>                        | <b>140</b>         |
| <b>С преподавателем (всего)</b>                | <b>112</b>         |
| <b>Самостоятельная работа студента (всего)</b> | <b>22</b>          |
| <b>Промежуточная аттестация Экзамен</b>        | <b>6</b>           |

#### **5. Тематическое планирование дисциплины.**

Раздел 1. Законы и выразительные средства композиции

Раздел 2. Средства гармонизации  
художественной формы. Композиция в рекламе

## **ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Информационные технологии в ПД входит в общепрофессиональный учебный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

**Цель** изучения дисциплины - ознакомление обучающихся с современными информационными технологиями (ИТ), систематизация, обобщение знаний и умений по информационным технологиям на современном уровне.

#### **Перечень компетенций, формируемых при освоении дисциплины**

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

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

- применение программных методов планирования и анализа проведённых работ;

- виды автоматизированных информационных технологий;
- основные понятия автоматизированной обработки информации и структурно-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 обучающийся должен **уметь:**

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

**Воспитательная цель** изучения дисциплины – формирование у обучающихся способностей к саморазвитию личности, готовой к самостоятельной профессиональной деятельности, способной адаптироваться к современным условиям развития общества; воспитание активного гражданина с высокой духовно-нравственной культурой и патриотизма.

#### 4. Количество часов на освоение программы дисциплины

5.

| Вид учебной работы                      | Объем часов |
|-----------------------------------------|-------------|
| По плану (всего)                        | 88          |
| С преподавателем (всего)                | 88          |
| Самостоятельная работа студента (всего) | 0           |
| Промежуточная аттестация                | Диф. зачёт  |

#### Тематическое планирование дисциплины.

Раздел 1. Информация. Персональный компьютер как основнотехническое средство информационных технологий

Раздел 2. Системы счисления и основы логики

Раздел 3. Общий состави структура персональных ЭВМ. Программное обеспечение. Защита информации.

Раздел 4.  
Моделирование иформализация

Раздел 5. Алгоритмизация ибазовые основы  
Программирования

Раздел 6.  
Информатизация общества

Раздел 7.  
Компьютерные сети

Раздел 8. Работа вприкладных программах  
Компьютера

## **ОП.03 История экранных искусств**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина История экранных искусств входит в общепрофессиональный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

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

- основные теоретические понятия области экранных искусств;
- художественный (игровой), документальный, анимационный кинематограф;
- зарубежные национальные и континентальные кинематографические школы;
- советский и российский кинематограф;
- специфика телевидения как экранного искусства;
- специфика видео как экранного искусства;
- актуальные форматы компьютерной визуализации;
- основные профессии в сфере кинематографа, мультипликации, телевидения, видео, компьютерного визуального искусства.

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

- анализировать наиболее значимые явления, сыгравшие важную роль в становлении и развитии современных экранных искусств;
- характеризовать информацию о крупнейших произведениях и деятелях мирового кинематографа;
- понимать содержание и формы взаимопроникновения экранных искусств и сферы рекламы;
- применять знания об истории экранных искусств и ее влиянии на современное состояние сферы рекламы в практической деятельности;
- использовать специальную терминологию, употребляющуюся в профессиональной среде.

## Формируемые компетенции

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

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

## 4. Количество часов на освоение программы дисциплины

| <b>Вид учебной работы</b>                                 | <b><i>Объем часов по очной<br/>форме обучения</i></b> |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>              | <b>40</b>                                             |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>   | <b>38</b>                                             |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>        | <b>2</b>                                              |
| <b>Консультации</b>                                       | <b>-</b>                                              |
| Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет |                                                       |

## 5. Тематическое планирование дисциплины.

Раздел 1. «История мирового и российского кинематографа»

Раздел 2. «История современных видов экранных искусств»

## **ОП.04 Рекламная деятельность**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Рекламная деятельность входит в общепрофессиональный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

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

- основные понятия теории коммуникаций и рекламы;
- основные этапы развития рекламы и коммуникаций;
- аспекты правового и этического регулирования рекламной деятельности;
- классификацию видов рекламных коммуникаций;
- основные инструменты и средства распространения рекламы;
- участники рекламного процесса, их функции;
- организационные формы рекламной деятельности;
- основные документы, используемые в рекламной деятельности;
- основные методы оценки эффективности рекламы;
- тенденции и векторы развития рекламы

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

- ориентироваться в основных понятиях и категориях рекламы;
- идентифицировать рекламу и рекламную продукцию по характеристикам и маркерам;
- определять неэтическую и недобросовестную рекламу;
- определять вид рекламного продукта;
- ориентироваться в основных площадках размещения рекламы;
- определять функции и задачи каждого участника рекламного процесса;
- работать со специализированными документами рекламной деятельности;
- аргументировать свою оценку рекламного продукта;
- оценивать прогнозы развития рекламы.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

#### 4. Количество часов на освоение программы дисциплины

| <b>Вид учебной работы</b>                               | <b><i>Объем часов по очной<br/>форме обучения</i></b> |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>            | <b>164</b>                                            |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b> | <b>128</b>                                            |
| <b>Промежуточная аттестация</b>                         | <b>6</b>                                              |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>      | <b>30</b>                                             |
| <b>Консультации</b>                                     | <b>-</b>                                              |
| Форма промежуточной аттестации - экзамен                |                                                       |

#### 5. Тематическое планирование дисциплины.

Раздел 1. «Основы теории коммуникации»

Раздел 2. «Основные понятия и характеристики рекламы»

Раздел 3. «Профессиональные процессы в рекламной отрасли»

Раздел 4. Оценка эффективности рекламы

## **ОП.05 Психология рекламы**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Психология рекламы входит в общепрофессиональный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

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

- содержание профессиональных функций в области психологии рекламы;
- методологические основы психологии рекламы, историю становления науки
- психологические особенности воздействия рекламы на потребителя;
- когнитивный, эмоциональный и поведенческий аспекты рекламного воздействия. В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

**уметь**:

- анализировать наиболее значимые явления, сыгравшие важную роль в становлении и развитии психологии рекламы;
- использовать специальную терминологию, употребляющуюся в профессиональной среде;
- использовать адекватные методы исследования покупательского поведения, мотивов совершения покупки;
- применять навыки психологического анализа рекламы в профессиональной деятельности.

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

ОК.04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

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

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных формах;

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

### **4. Количество часов на освоение программы дисциплины**

| <b>Вид учебной работы</b>                                 | <b><i>Объем часов по очной<br/>форме обучения</i></b> |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>              | <b>46</b>                                             |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>   | <b>38</b>                                             |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>        | <b>8</b>                                              |
| Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет |                                                       |

## **5. Тематическое планирование дисциплины.**

Раздел 1. «Общие теоретические и методологические проблемы психологии рекламы»

Раздел 2. «Реклама как средство психологического воздействия»

## **ОП.06 Русский язык и культура речи**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Русский язык и культура речи в соответствии с рабочим учебным планом входит в общепрофессиональный учебный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

Требования к результатам освоения дисциплины:

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

- владеть фонетическими средствами речевой выразительности;
- пользоваться различными типами словарей;
- находить и исправлять лексические ошибки;
- делать словообразовательный анализ общеупотребительной лексики;
- выявлять грамматические ошибки в тексте;
- пользоваться багажом синтаксических средств;
- пользоваться правилами правописания, вариативными и факультативными знаками препинания.
- различать тексты по их принадлежности к стилям;

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

- основные типы норм литературного языка;
- качества хорошей литературной речи;
- русскую орфографию и пунктуацию в аспекте норм и речевой выразительности;
- речевую культуру.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен овладеть следующими компетенциями:

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

### **4. Количество часов на освоение программы дисциплины**

| <b>Вид учебной работы</b>                                         | <b>Объем часов</b> |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>                      | <b>76</b>          |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>           | <b>66</b>          |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>                | <b>10</b>          |
| <b>Промежуточная аттестация в форме: дифференцированный зачет</b> |                    |

### **5. Тематическое планирование дисциплины.**

Раздел 1. Основные составляющие и нормы русского языка

Раздел 2. Текст. Стили речи

## **ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельности**

### **1. Область применения дисциплины**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Учебная дисциплина является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама

### **3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

Учебная дисциплина обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций:

ОК.1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК.2 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК.3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК.4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК.5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК.6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе общечеловеческих ценностей.

ОК.7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК.8 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК.9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК.10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках.

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

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Программа дисциплины ориентирована на достижение следующих целей:

- получение будущими специалистами знаний правовых норм, регулирующих хозяйственную деятельность предприятий;
- в соответствии с требованиями к уровню подготовки студенты должны уметь ориентироваться в системе действующего законодательства, знать основные нормы права, регулирующего их профессиональную деятельность;
- свободно и грамотно пользоваться системой российского правоведения, с учетом любых происходящих изменений в условиях рынка, уметь работать с нормативно-правовыми документами, регламентирующими профессиональную деятельность;
- изучение данного курса также должно способствовать формированию у студентов нового экономического мышления, развитию гражданско-правовой активности, ответственности, правосознания, правовой культуры, необходимых для эффективного выполнения основных социальных ролей в обществе.

Задачи курса:

- усвоение основных понятий в области гражданского, трудового и административного права;
- изучение действующей законодательной и нормативной базы профессиональной деятельности;
- рассмотрение видов договоров и порядка их составления;
- приобретение умений использовать нормативные документы, регламентирующие профессиональную деятельность специалиста.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются знания и умения, формируются общие и профессиональные компетенции:

| Код<br>ПК, ОК                                                   | Умения                                                                        | Знания                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК.1-11<br>ПК.1.1-1.6<br>ПК.2.1-2.3<br>ПК.3.1-3.5<br>ПК.4.1-4.3 | - анализировать и<br>оценивать<br>результаты и<br>последствия<br>деятельности | - виды административных правонарушений и<br>административной ответственности;<br>- классификацию, основные виды и правила составления<br>нормативных правовых актов;<br>- нормы защиты нарушенных прав и судебный порядок |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК.5.1-5.4 | (бездействия) с правовой точки зрения; - защищать свои права в соответствии с гражданским, гражданским процессуальным и трудовым законодательством;<br>- использовать нормативные правовые акты, регламентирующие профессиональную деятельность; | разрешения споров;<br>- организационно-правовые формы юридических лиц;<br>- основные положения Конституции Российской Федерации, действующие законодательные и иные нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной (трудовой) деятельности;<br>- нормы дисциплинарной и материальной ответственности работника;<br>- понятие правового регулирования в сфере профессиональной деятельности;<br>- порядок заключения трудового договора и основания его прекращения;<br>- права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности;<br>- права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации;<br>- правовое положение субъектов предпринимательской деятельности;<br>- роль государственного регулирования в обеспечении занятости населения; |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. Количество часов на освоение программы дисциплины

| Вид учебной работы                                                 | Объем часов |
|--------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Объем образовательной программы</b>                             | <b>90</b>   |
| в том числе:                                                       |             |
| <i>Самостоятельная работа</i>                                      | -           |
| <b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b> | -           |

#### 5. Тематическое планирование дисциплины.

Раздел I. Право и законодательство

Раздел II. Право и экономика

Раздел III Труд и социальная защита

Раздел IV. Административное право

# **Профессиональный цикл**

## **ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**

### **1. Область применения профессионального модуля**

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта в соответствии с рабочим учебным планом входит в Профессиональный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

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

иметь практический опыт:

- принимать участие в разработке и проведении маркетинговых исследований;
- осуществлять подбор целевых аудиторий,
- принимать участие в сегментации рынка для конкретного заказчика или товара;
- применять методики маркетинговых исследований в практической деятельности;
- принимать участие в разработке и проведении социологических и медиаисследований;
- составлять опросники;
- принимать участие в проведении опросов разных видов;
- применять программное обеспечение и открытые интернет-ресурсы для обработки результатов социологического исследования;
- принимать участие в исследовании медиапредпочтений целевых аудиторий;
- сравнивать и оценивать рейтинги средств массовой коммуникации;
- применять методики социологических и медиаисследований в практической деятельности.

уметь:

- раскрывать основные стадии процесса аналитического обеспечения в разработке и реализации маркетинговых, социологических и медиаисследований;
- применять способы, методы, приемы планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере;
- определять целевую аудиторию и целевые группы;
- проводить анализ объема рынка и конкурентов;
- использовать полученные знания при проведении исследований в сфере медиаполитики, массовых коммуникаций;
- применять методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров;
- пользоваться программными средствами обработки и представления эмпирического материала научного исследования

знать:

- содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в планировании, осуществлении и регулировании информационно-коммуникативным пространством и управлении общественным мнением;
- основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления анализа медиaprостранства и критерии определения результативности исследований;
- основы методологии научного исследования, навыки определения релевантных целей и задач научного исследования;
- методы конкретного анализа деятельности медиасистем;
- методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров;
- программные средства обработки и представления эмпирического материала научного исследования;
- особенности подбора целевой аудитории и целевых групп;
- основы анализа объема рынка и конкурентов.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| <b>Код компетенции</b> | <b>Наименование результата обучения</b>                                                                                                                                                                                             |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК 1.1.                | Определять целевую аудиторию и целевые группы                                                                                                                                                                                       |
| ПК 1.2.                | Проводить анализ объема рынка                                                                                                                                                                                                       |
| ПК 1.3.                | Проводить анализ конкурентов                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 1.4.                | Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий                                                                                                                      |
| ОК 01.                 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам                                                                                                                                   |
| ОК 02.                 | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности                                                                         |
| ОК 03.                 | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях |

#### **4. Количество часов на изучение профессионального модуля**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 304 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 220 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 60 часов.

#### **5. Тематическое планирование профессионального модуля**

Раздел 1. «Основы маркетинговых исследований»

Раздел 2. «Основы социологических и медиаисследований»

## **ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**

### **1. Область применения профессионального модуля**

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в соответствии с рабочим учебным планом входит в Профессиональный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

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

#### **иметь практический опыт:**

- принимать участие в разработке и проведении специальных мероприятий на всех этапах;
- принимать участие в разработке и проведении рекламных или коммуникационных кампаний;
- оценивать эффективность реализованных специальных мероприятий, рекламных или коммуникационных кампаний по количественным и качественным критериям

#### **уметь:**

- определять технологии и инструменты организации специальных мероприятий, рекламных и коммуникационных кампаний на основе мониторинга реализованных мероприятий и кампаний;
- определять вид и формат специальных мероприятий;
- принимать участие в процессе организации, проведения и/или информационного сопровождения специального мероприятия;
- принимать участие в планировании и разработке рекламной или коммуникационной кампании на каждом этапе;
- оценивать эффективность специального мероприятия, рекламной или коммуникационной кампании по количественным и качественным параметрам;
- предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

#### **знать:**

- соотношение понятий информационный повод, событие, мероприятие, рекламная кампания, коммуникационная кампания;
- специфика рекламных, PR-, коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- характеристики и классификации специальных событий,
- этапы и направления организации специального мероприятия;
- этапы планирования и организации рекламной, коммуникационной кампании;
- методы, инструменты, каналы коммуникаций с аудиториями;
- количественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной

или коммуникационной кампании;

– качественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| <b>Код компетенции</b> | <b>Наименование результата обучения</b>                                                                                                                                                                                             |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК 2.1.                | Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий                                                                                                                      |
| ПК 2.2.                | Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах                                                                              |
| ОК 01                  | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам                                                                                                                                   |
| ОК 02.                 | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности                                                                         |
| ОК 03.                 | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях |
| ОК 04.                 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде                                                                                                                                                                      |

#### **4. Количество часов на изучение профессионального модуля**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 304 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 220 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 64 часов.

#### **5. Тематическое планирование профессионального модуля**

Раздел 1. Технологии организации специальных мероприятий и событий

Раздел 2. Технологии организация коммуникационной и рекламной кампании

## **ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

### **1. Область применения профессионального модуля**

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий в соответствии с рабочим учебным планом входит в Профессиональный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

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

иметь практический опыт:

- оценивать и корректировать деятельность на основе эталона;
- анализировать рекламную деятельность конкурентов в интернете, отстраиваться от них;
- создавать лэндинг в конструкторах;
- настраивать рекламный кабинет в социальной сети ВКонтакте;
- определять целевую аудиторию для продвижения в социальных сетях;
- создавать тематическое планирование (контент-план);
- наполнять контент-план разработанными рекламными, рекламно-информационными продуктами

уметь:

- разрабатывать авторские рекламные проекты или продукты для социальных сетей;
- конструировать веб-страницы для продвижения товаров/услуг, пользуется инструментами SEO;
- определять целевые аудитории, сегментировать базы, работать с большими объемами данных;
- настраивать рекламные кампании в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм;
- создавать мессенджеры продаж (скрипты продаж);
- считать аналитику эффективности таргетинговой рекламы в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм;
- осуществлять поэтапные действия по разработке и продаже онлайн-продукта

знать:

- основные инструменты, площадки и онлайн-сервисы интернет-маркетинга;
- особенности интернет-аудитории, методы ее выявления и привлечения;
- способы настройки рекламных кабинетов: Таргет в социальных сетях ВКонтакте, Телеграм, Одноклассники;
- аналитика каналов продвижения в интернете и методы оценки эффективности рекламной кампании в интернете;
- специфика рекламного контента разных форматов для социальных сетей;
- актуальные методы продвижения объектов в социальных сетях

- основные понятия и языки веб-технологий;
- этапы работы по созданию адаптивных пользовательских интерфейсов;
- алгоритмы продюсирования онлайн-продуктов.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| <b>Код компетенции</b> | <b>Наименование результата обучения</b>                                                                                                                       |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 01                  | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.                                                            |
| ОК 02                  | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. |
| ОК 05                  | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;        |
| ОК 09                  | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.                                                                          |
| ПК 3.1                 | Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.                                                                                                   |
| ПК 3.2                 | Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.                                                                                                      |
| ПК 3.3                 | Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.                                |

#### **4. Количество часов на изучение профессионального модуля**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 330 часов, в том числе:  
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 246 часов;  
 самостоятельной работы обучающегося 66 часов.

#### **5. Тематическое планирование профессионального модуля**

Модуль 1. «Интернет-маркетинг»

Модуль 2. «Продвижение в социальных сетях»

Модуль 3. «Веб-разработка коммуникационных продуктов»

## **ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**

### **1. Область применения профессионального модуля**

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

### **2. Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях в соответствии с рабочим учебным планом входит в Профессиональный цикл.

### **3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

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

#### **иметь практический опыт:**

- разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту
- под контролем осваивать профессиональное фото- и видео-оборудование
- осуществлять предпродакшн рекламного продукта в формате фото- и видео
- осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала
- осуществлять разработку рекламных макетов
- размещать подготовленные в разных форматах рекламные продукты на интернет-ресурсах

#### **уметь:**

- мониторить и оценивать креативные решения в рекламе для увеличения насмотренности
- предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов
- характеризовать и оценивать современное состояние фото-рекламной отрасли
- характеризовать и оценивать современное состояние видео-рекламной отрасли
- характеризовать и оценивать современное состояние аудио-рекламной отрасли
- выстраивать фото- и видеокادر по правилам
- использовать в процессе создания рекламных продуктов профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование
- осуществлять фото-, видеосъемку, аудиозапись
- проводить подготовительные действия в процессе создания рекламных продуктов (предпродакшн)
- осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала
- использовать в процессе создания рекламных дизайн-продуктов соответствующее оборудование и программное обеспечение
- характеризовать и оценивать современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна

#### **знать:**

- понятие и перечень креативных (творческих) индустрий
- представление о государственной поддержке креативных (творческих) индустрий в России

- креативные техники, используемые в индустрии рекламы
- основные понятия области креативных решений и рекламных сообщений
- каналы рекламной коммуникации и соответствующие виды рекламных сообщений
- рекламная фотография
- технологии и виды рекламной фотосъемки
- построение фотокадра
- техническое оснащение производства рекламной фотографии
- рекламное видео
- технологии и виды рекламной видеосъемки
- построение видеокадра
- техническое оснащение производства рекламной фотографии
- основные понятия и история дизайна
- графический дизайн
- рекламный и медиааизайн
- этапы разработки рекламного дизайн-продукта
- UX/UI дизайн

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| <b>Код компетенции</b> | <b>Наименование результата обучения</b>                                                                                                                                                                                             |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК 4.1.                | Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании                                                                                                            |
| ПК 4.2.                | Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании                                                                                                                    |
| ПК 4.3.                | Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет                                                                                                             |
| ОК 03.                 | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях |
| ОК 04.                 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде                                                                                                                                                                      |

|        |                                                                                                                                                       |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 05. | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| ОК 09. | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках                                                                   |

#### **4. Количество часов на изучение профессионального модуля**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 308 часов, в том числе:  
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 244 часа;  
 самостоятельной работы обучающегося 40 часов.

#### **5. Тематическое планирование профессионального модуля**

Раздел 1. Креатив и творчество в рекламе

Раздел 2. Фото- рекламные продукты

Модуль 3. Видео- рекламные продукты

Раздел 4. Рекламный и медиадизайн

Раздел 5. Аудио- рекламные продукты

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

**1. Область применения профессионального модуля**

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510

«Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

**2. Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих в соответствии с рабочим учебным планом входит в Профессиональный цикл.

**3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «ВД 5 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

Перечень общих компетенций

| <i>Код</i>    | <i>Наименование общих компетенций</i>                                                                                                                    |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОК 01.</b> | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.                                                   |
| <b>ОК 02.</b> | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.     |
| <b>ОК 03.</b> | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.                                                                |
| <b>ОК 04.</b> | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| <b>ОК 05.</b> | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.                                                                  |
| <b>ОК 06.</b> | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.                                                           |
| <b>ОК 07.</b> | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.                                                      |
| <b>ОК 08.</b> | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.    |
| <b>ОК 09.</b> | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.                                                                      |

|               |                                                                                                                        |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОК 10.</b> | Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. |
| <b>ОК 11.</b> | Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.    |

#### Перечень профессиональных компетенций

|                |                                                                                      |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Код</b>     | <b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>                |
| <b>ВД 5</b>    | Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих     |
| <b>ПК 5.1.</b> | Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов                           |
| <b>ПК 5.2.</b> | Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком               |
| <b>ПК 5.3.</b> | Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг |
| <b>ПК 5.4.</b> | Вести переговоры с заказчиками                                                       |

#### В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Владеть навыками | ведения переговоров с заказчиком;<br>информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                  | оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;<br>организации связи со средствами массовой информации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Уметь            | контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;<br>осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;<br>выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;<br>выступать с защитой проекта.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Знать            | виды рекламной деятельности;<br>виды рекламных средств и средств распространения рекламы;<br>требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;<br>субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;<br>правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;<br>ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;<br>социально-психологические основы рекламы;<br>факторы и методы воздействия рекламы на человека;<br>факторы, влияющие на покупку товаров;<br>основные виды производства рекламного продукта;<br>основы презентации проектов. |

#### 4. Количество часов на изучение профессионального модуля

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 216 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 146 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 52 часов.

## **5. Тематическое планирование профессионального модуля**

Раздел 1. Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный