

Министерство образования и науки Хабаровского края
Краевое государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«ХАБАРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(КГА ПОУ ХТК)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат: 28e7fa94024cc79a5adbca066676fef
Владелец: Менякова Людмила Васильевна
Должность: Директор
Действителен с: 12.11.2025 по: 05.02.2027

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

Среднее профессиональное образование

Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена

Специальность

42.02.01 РЕКЛАМА

на базе основного общего образования

форма обучения очная

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

Одобрено на заседании педагогического совета:

протокол № 8 от 10.06.2025г.

Утверждено Приказом КГА ПОУ ХТК

приказ № 37/1-ОД от 16.06.2025
/Л.В. Менякова/

Согласовано с предприятием-работодателем
ООО «Ботанический сад», директор А.В. Белозеров

/А.В. Белозеров /



2025 год

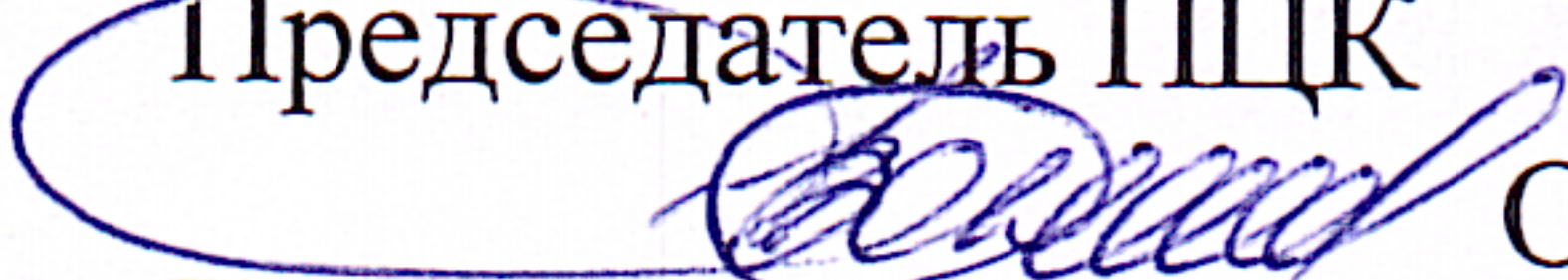
Основная профессиональная образовательная программа (далее ОПОП) по специальности разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552, зарегистрированного в Минюсте России 22 августа 2023 г. № 74908, (далее - ФГОС СПО).

ОПОП определяет объем и содержание среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, требования к результатам освоения образовательной программы, условия реализации образовательной программы.

Основная образовательная программа среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама** рассмотрена и одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии «Фотография и дизайн».

Протокол № 7 от 03.06.2025 г.

Председатель ПЦК

 О.В. Дегтева

Организация-разработчик:

КГА ПОУ ХТК

Перечень работодателей - представители работодателей, участвующие в разработке данной ОПОП:

ООО «Ботанический сад»

Содержание

Раздел 1. Общие положения	4
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
1.2. Нормативные документы	Error! Bookmark not defined.
1.3. Перечень сокращений	3
Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
3.1. Область(и) профессиональной деятельности выпускников:	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
3.2. Профессиональные стандарты	Error! Bookmark not defined.
3.3. Осваиваемые виды деятельности	Error! Bookmark not defined.
Раздел 4. Требования к результатам освоения образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
Error! Bookmark not defined.	
4.1. Общие компетенции	Error! Bookmark not defined.
4.2. Профессиональные компетенции	Error! Bookmark not defined.
4.3. Матрица компетенций выпускника	Error! Bookmark not defined.
Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
5.1. Учебный план	Error! Bookmark not defined.
5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
Error! Bookmark not defined.	
5.3. План обучения в форме практической подготовки на предприятии (на рабочем месте)	Error! Bookmark not defined.
5.4. Календарный учебный график	Error! Bookmark not defined.
5.5. Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
5.6. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы	Error! Bookmark not defined.
Error! Bookmark not defined.	
5.7. Практическая подготовка	Error! Bookmark not defined.
5.8. Государственная итоговая аттестация	Error! Bookmark not defined.
Раздел 6. Условия реализации образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
defined.	
6.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий	Error! Bookmark not defined.
6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы	Error! Bookmark not defined.
Error! Bookmark not defined.	
Перечень приложений к ОПОП-П:	
Приложение 1. Рабочие программы профессиональных модулей	
Приложение 2. Рабочие программы учебных дисциплин	
Приложение 2а. Рабочие программы общеобразовательных предметов	
Приложение 3. Материально-техническое оснащение	
Приложение 4. Программа государственной итоговой аттестации	
Приложение 5. Рабочая программа воспитания	

Раздел 1. Общие положения

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Настоящая основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) по специальности разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 N 552 (далее – ФГОС, ФГОС СПО).

ОПОП определяет объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, требования к результатам освоения образовательной программы, условия реализации образовательной программы.

ОПОП разработана с учетом отраслевого подхода и запросов работодателей, условий участия в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

Основная профессиональная образовательная программа (далее – образовательная программа), реализуемая на базе основного общего образования, разработана на основе требований соответствующих федеральных государственных образовательных стандартов среднего общего и среднего профессионального образования и положений федеральной основной общеобразовательной программы среднего общего образования, а также с учетом получаемой специальности среднего профессионального образования.

1.2. Нормативные документы

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 N 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама"
- Приказ Минобрнауки России от 17.05.2012 N 413 (ред. от 12.08.2022) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования"
- Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 N 762 (ред. от 20.12.2022) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования"
- Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 N 800 (ред. от 19.01.2023) "Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования"
- Приказ Минобрнауки России N 885, Минпросвещения России N 390 от 05.08.2020 (ред. от 18.11.2020) "О практической подготовке обучающихся" (вместе с "Положением о практической подготовке обучающихся")
- Приказ Минпросвещения России от 14.07.2023 N 534 (ред. от 29.02.2024) "Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение"
- Приказ Минпросвещения России от 13.12.2023 N 932 "Об утверждении перечня профессий и специальностей среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий"
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 882/391 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ»;
- Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального

стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 N 54635)

– Приказ Минтруда России от 19.07.2022 N 420н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по информационным ресурсам" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2022 N 69714)

– Постановление Правительства РФ от 13.10.2020 N 1681 (ред. от 28.09.2023) "О целевом обучении по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования"

– Устав Краевого государственного автономного профессионального образовательного учреждения «Хабаровский технологический колледж» (КГА ПОУ ХТК);

Положение об организации и осуществлении образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования в КГА ПОУ ХТК.

Положение о порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в КГА ПОУ ХТК;

Положение о практической подготовке обучающихся;

Положение об организации и проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования;

Положение о режиме учебных занятий и расписании.

1.3. Перечень сокращений

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования.

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа

ОД– общеобразовательный цикл

СГ – социально-гуманитарный цикл

ОП – общепрофессиональный цикл;

П– профессиональный цикл;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ОУП – общеобразовательный учебный предмет;

ДУПК - дополнительный учебный предмет, курс по выбору;

ПМ – профессиональный модуль;

МДК – междисциплинарный курс;

УП – учебная практика;

ПП- производственная практика;

ПА – промежуточная аттестация;

ГИА – государственная итоговая аттестация;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ПС – профессиональный стандарт;

УМК – учебно-методический комплект

Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы

Параметр	Данные	
Отрасль, для которой разработана образовательная программа	Индустрия рекламы и креативная индустрия	
Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии)	- Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" - Приказ Минтруда России от 19.07.2022 N 420н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по информационным ресурсам"	
Специализированные допуски для прохождения практики, в том числе по охране труда и возраст до 18 лет	Не требуются	
Реквизиты ФГОС СПО	Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 N 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама	
Квалификация (-и) выпускника	Специалист по рекламе	
в т.ч. дополнительные квалификации	Агент рекламный	
Направленности (при наличии)	-	
Нормативный срок реализации на базе ООО	2 года 10 месяцев	
Нормативный объем образовательной программы на базе ООО	4428	
Согласованный с работодателем срок реализации образовательной программы	2 года 10 месяцев	
Согласованный с работодателем объем образовательной программы	4428	
Форма обучения	очная	
Структура образовательной программы	Объем, в ак.ч.	в т.ч. в форме практической подготовки
Обязательная часть образовательной программы	3384	2229
общеобразовательный цикл	1476	791
социально-гуманитарный цикл	420	316
общепрофессиональный цикл	356	242
профессиональный цикл	1132	880
в т.ч. практика:	432	432
- учебная	144	144
- производственная	288	288
Вариативная часть образовательной программы	828	384
ГИА проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы)	216	
Всего	4428	2613

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Области профессиональной деятельности выпускников:
- 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

3.2. Осваиваемые виды деятельности

Наименование видов деятельности	Код и наименование ПМ
1	2
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
<i>Виды деятельности по освоению одной или нескольких профессий рабочих, должностей служащих</i>	
Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ПМ.05 Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

4.1 Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план

		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения:
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации, порядок их применения
		программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
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	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности

		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современную научную и профессиональную терминологию
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке,
		проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
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	правила оформления документов
		правила построения устных сообщений
		Умения:
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции, традиционных российских духовно-нравственных ценностей
		значимость профессиональной деятельности по специальности
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата,	стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
		Умения:
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности
		осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства

	принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона правила поведения в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности

4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания: - способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудитории различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	Практический опыт: - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания: - методы и технологии изучения рынка, его потенциал и тенденции развития.
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения:

		- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания: - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - планирования системы маркетинговых коммуникаций - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций Умения: - преобразовывать требования заказчика в бриф Знания: - принципы выбора каналов коммуникации - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке и планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: - планирования системы маркетинговых коммуникаций Умения: - определять ключевые цели рекламной кампании - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой

		маркетинговых коммуникаций. Знания: - методики рекламного планирования; - инструменты рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Практический опыт: - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. Умения: - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить

		рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. Знания: - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
	ПК 2.3 Разрабатывать концепции проектов, отвечающих требованиям рынка (в)	Практический опыт: - разработки проектов - составления гражданско-правового договора; - поиска и анализа нормативно-правовых документов, связанных с профилактикой коррупционных правонарушений; - толкования нормативных правовых актов; - владеть приёмами и способами по защите субъективных прав в сфере профессиональной деятельности Умения: - проводить анализ контекста креативных индустрий при разработке идеи проекта; - осуществлять подготовку проектов коммерческих продуктов; - разрабатывать и презентовать концепции проектов, отвечающих требованиям рынка - формировать междисциплинарные команды и эффективно распределять роли и зоны ответственности; - планировать и управлять бюджетом проекта; - разрабатывать маркетинговую стратегию проекта - придерживаться этических норм и применять региональное, российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества; - самостоятельно распознавать неправомерные действия конкурентов в области медиа и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - составлять необходимые документы в сфере медиа (договоры, контракты, технические задания и т.д.) в соответствии с нормами российского и международного законодательства; - быть готовым в профессиональной

		деятельности соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной, коммерческой тайны и конфиденциальной информации Знания: - иметь понимание о базовых концепциях и предназначении креативной сферы современной экономики и её роли в системе современной культуры - специфику креативных индустрий: особенности рынка, целевые аудитории, тренды, конкурентная среда; - основные этапы разработки коммерческого проекта: от поиска идеи до реализации и анализа результатов; - инструменты и методы планирования и управления проектами - основы проектной деятельности - структуру концепции проектов и правила презентации - содержание основных концепций и нормативных актов правового регулирования и этического саморегулирования в сфере медиа в России и мировой практике; - иметь представление о российских и международных субъектах правового и этического регулирования в сфере медиа; - санкции и другие последствия нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа; - сущность правового регулирования социальных, этических, профессиональных и культурных процессов и осознавать его роль в медиа
	ПК 2.4 Организовывать работу коллектива при создании креативного продукта (в)	Практический опыт: - организации работы коллектива при создании креативного продукта - эффективного планирования работы специалистов с применением техник оперативного менеджмента Умения: - адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время - организовывать работу коллектива при создании креативного продукта Знания: - способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени - основы распределения задач при работе над креативным проектом; - структуру рабочих процессов и циклы

		производства - технологии тайм-менеджмента
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Практический опыт: - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знания: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети

		Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Практический опыт: - определения структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет.	Умения: - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.
		Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при

		разработке рекламных носителей в сети Интернет.
	ПК 3.4 Применять современные технологии в области креативных индустрий в профессиональной деятельности (в)	Практический опыт: - применения современных технологий в области креативных индустрий - проведения анализа современных тенденций в области креативных индустрий - разработки предложений по использованию новых технологий в целях повышения качества продукта и эффективности рекламной кампании - разработки бизнес-плана и проведения презентации разработанного технического задания согласно требований к структуре и содержанию проекта Умения: - проводить анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности; - осуществлять сбор, систематизацию и анализ данных, необходимых для разработки технического задания продукта, определение технических и программных средств для разработки проекта - выполнять работы по разработке проекта на основе ТЗ, определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании - разрабатывать предложения по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и эффективности рекламной кампании. - осуществлять коррекцию для достижения максимальной эффективности Знания: - способы определения потребностей рынка и современных тенденций в сфере креативных индустрий - организационно-правовые формы бизнеса - способы определения основных технико-экономических показателей, экономическую эффективность проекта; - способы проведения презентации разработанного технического задания согласно требований к структуре и содержанию проекта. - системы управления трудовыми ресурсами в организации; - методы и формы самообучения и саморазвития на основе самопрезентации; - способы управления конфликтами и борьбы со стрессом. - основы разработки бизнес-плана
Создание ключевых вербальных и визуальных	ПК.4.1. Разрабатывать творческие	Практический опыт: - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов

сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. Умения: - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. Знания: - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	Практический опыт: -определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК. Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Практический опыт: - оформления текстовых и графических документов; - оформления рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

		Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - создавать графические материалы рекламного характера; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. Знания: - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента;

		- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	Практический опыт: - контактирования с производителями рекламы по вопросам производства и размещения - оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком - организации связи со средствами массовой информации
		Умения: - использовать современные коммуникационные средства продвижения рекламы - осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг - проводить основные мероприятия связей с общественностью
		Знания: - современные коммуникационные средства разработки и продвижения рекламы - содержание рекламной информации - виды рекламных средств и средств распространения рекламы - субъекты рекламного процесса и их взаимодействие - приемы и методы делового общения и ведения переговоров - основы психологии - нормативные правовые акты и положения, законодательство о рекламе - основы организации связи со средствами массовой информации
	ПК 5.2 Размещение и сопровождение заказа	Практический опыт: - проведения анализа собранной информации при работе с заказчиком - выбора и использования основных инструментов, оборудования и офисной оргтехники Умения: - выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы

		- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, фото, аудио, видео, анимации
		Знания: - организационную структуру организаций, направления рекламной работы - основные средства компьютерной обработки информации, основы цифровой фотографии - основы организации рекламной деятельности
	ПК 5.3 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Практический опыт: - использования информационных технологий для обработки текстовой информации - составления и оформления рекламного текста
		Умения: - составлять рекламные тексты - использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации - владеть простыми приемами создания и обработки изображений
		Знания: - приемы, принципы и правила составления рекламного текста

Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы

5.1. Учебный план

Индекс	Наименование	Форма промежуточной аттестации (зачет, диф. Зачет, экзамен и др.)	Всего	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем образовательной программы в академических часах					Обязательная часть образовательной программы в ак.ч.	Вариативная часть образовательной программы в ак.ч.	Объем образовательной программы, распределённой по курсам и семестрам					
					Учебные занятия	Практики	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация			1 курс		2 курс		3 курс	
												1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12	13	14	15	16	17	18	19
ОП	Общеобразовательная подготовка		1476	773	1404			48	24	1476		594	810	72			
ОУП	Обязательные учебные предметы		1358	747	1334				24	1358		536	750	72			
ОУП.01	Русский язык	Э	116	50	110				6	116		32	84				
ОУП.02	Литература	Дз	108	99	108					108		68	40				
ОУП.03	Математика	Дз	188	78	188					188		46	70	72			
ОУП.04	Иностранный язык	Э	144	136	138				6	144		58	86				
ОУП.05	Информатика	Дз, Э	108	84	102				6	108		32	76				
ОУП.06	Физика	Дз	72	26	72					72		72					
ОУП.07	Химия	Дз	72	10	52					72			72				
ОУП.08	Биология	Дз	58	8	58					58		58					
ОУП.09	История	Дз	136	20	136					136		46	90				
ОУП.10	Обществознание	Э	144	68	138				6	144		42	102				

ОУП.11	География	Дз	72	40	72					72		32	40				
ОУП.12	Физическая культура	з, Дз	72	68	72					72		32	40				
ОУП.13	Основы безопасности и защиты Родины	Дз	68	48	68					68		18	50				
ДУП	Дополнительные учебные предметы, курсы по выбору		118	26	70			48		118		58	60				
ДУП.01	Родной язык и (или) государственный язык республики Российской Федерации / Родная литература	Дз	36	12	36					36		36					
ДУП.02	Основы проектной деятельности	Дз	82	14	34			48		82		22	60				
ПП	Профессиональная подготовка		2952	1282	2542			104	90	2124	828	18	54	540	864	612	864
СГ	Социально – гуманитарный цикл		420	316	390			18	12	420				96	140	86	98
СГ.01	История России	Э	36	14	28			2	6	36				36			
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	Э	126	110	112			8	6	126				30	36	24	36
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	Дз	68	48	64			4		68					68		
СГ.04	Физическая культура	з,з,з,Дз	118	116	118					78				30	36	26	26
СГ.05	Основы финансовой грамотности	Др	36	16	34			2		36						36	
СГ.06	Основы бережливого производства	Др	36	12	34			2		36							36
ОПЦ	Общепрофессиональный цикл		698	394	636			26	36	356	342	18	54	140	324	90	72
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	Э	56	36	48			2	6	56					56		

ОП.02	Информационные технологии профессиональной деятельности в	Э	88	70	78			4	6	88				34	54		
ОП.03	История экранных искусств	Э	36	8	30				6	36				36			
ОП.04	Рекламная деятельность	Э	104	56	94			4	6	68	36			34	70		
ОП.05	Психология рекламы	Э	72	32	64			2	6	36	36				38	34	
ОП.06	Русский язык и культура речи	Э	72	40	64			2	6	72					34	38	
ОП.07	Правовое обеспечение рекламной деятельности	Др	36	22	34			2			36				36		
ОП.08	Введение в креативные индустрии	Др	36	26	36						36	18	18				
ОП.09	Предпринимательство в сфере креативных индустрий	Др	72	32	68			4			72		36	36			
ОП.10	Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях	Др	54	34	52			2			54					18	36
ОП.11	Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях	Др	36	22	34			2			36				36		
ОП.12	Способы поиска работы и трудоустройства	Др	36	16	34			2			36						36
ПЦ	Профессиональный цикл		1618	1112	1516	540	40	60	42	1132	486			304	400	436	478
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		348	252	326	108	20	16	6	276	72			224	124		
МДК.01.01	Методы исследования и сегментации целевой аудитории	Дз	72	48	68			4		36	36			72			
МДК.01.02	Исследование рынка: стадии развития и конкурентные стратегии		72	52	68			4		36	36			72			

МДК.01.03	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Дз	90	44	82		20	8		90				44	46		
УП.01.01	Учебная практика "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"	Дз	36	36		36				36				36			
ПП.01.01	Производственная практика "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"	Дз	72	72		72				72					72		
ПМ.01.ЭМ	Экзамен по модулю		6						6	6					6		
ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		294	188	268	108	20	14	12	258	36				78	110	106
МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Э	70	38	68			4	60	70					42	28	
МДК.02.02	Создание коммуникационной стратегии	Дз	110	60	100		20	10		74	36					46	64
УП.02.01	Учебная практика "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования"	Дз	36	36		36				36					36		

	рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"																
ПП.02.01	Производственная практика "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"	Дз	72	72		72				72						36	36
ПМ.02.ЭМ	Экзамен по модулю	Дз	6						6	6							6
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		396	250	370	108		14	12	330	66					170	226
МДК.03.01	Создание бренд-стратегии	Дз	90	46	86			4		90						40	50
МДК.03.02	Создание диджитал-стратегии	Дз	90	52	86			4		90						48	42
МДК.03.03	Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиаплатформы, поисковая реклама, сайт	Э	102	44	90			6	6	36	66					46	56
УП.03.01	Учебная практика "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами"	Дз	36	36		36				36						36	

	цифровых коммуникационных технологий"																
ПП.03.01	Производственная практика "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	Дз	72	72		72				72							72
ПМ.03.ЭМ	Экзамен по модулю	Э	6						6	6							6
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		358	274	342	108		10	6	268	90				56	156	146
МДК.04.01	Создание креативной стратегии	Дз	90	64	86			4		58	32				28	28	34
МДК.04.02	Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического задания	Дз	84	62	80			4		56	28				28	26	30
МДК.04.03	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	Др	70	40	68			2		40	30					30	40
УП.04.01	Учебная практика "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих"	Дз	36	36		36				36						36	

	материалов на основных рекламных носителях"																
ПП.04.01	Производственная практика "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"	Дз	72	72		72				72						72	
ПМ.04.ЭМ	Экзамен по модулю	Э	6						6	6						6	
ПМ.05	Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих		222	148	210	108		6	6		222			80	142		
МДК.05.01	Освоение профессии 20032 Агент рекламный	Дз	108	40	102			6			108			44	64		
УП.05.01	Учебная практика "Освоение профессии 20032 Агент рекламный"	Дз	36	36		36					36			36			
ПП.05.01	Производственная практика "Освоение профессии 20032 Агент рекламный"	Дз	72	72		72					72				72		
ПМ.05.ЭК	Экзамен квалификационный	Э	6						6		6				6		
ГИА	Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы)		216		216												216
ВСЕГО			4428	2592	3406	540	40	152	114	3600	828	612	864	612	864	612	864

5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы

№ п/п	Код и наименование учебной дисциплины/ профессионального модуля	Количество часов	Обоснование
1	ОП.04 Рекламная деятельность	36	Увеличение объема времени в целях: -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников
2	ОП.05 Психология рекламы	36	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок - психология эффективных коммуникаций
3	ОП.06 Правовое обеспечение рекламной деятельности	36	В ходе изучения дисциплины обучающийся получит: знания -содержание основных концепций и нормативных актов правового регулирования и этического саморегулирования в сфере медиа в России и мировой практике умения - в процессе производства и распространения информации придерживаться этических норм и применять региональное, российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества навыки - составления гражданско-правового договора; - поиска и анализа нормативно-правовых документов, связанных с профилактикой коррупционных правонарушений; - толкования нормативных правовых актов; - владеть приёмами и способами по защите субъективных прав в сфере профессиональной деятельности

4.	ОП.08 Введение в креативные индустрии	36	В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит умения: - разрабатывать и оформлять проекты по направления креативных индустрий. - проводить публичную презентацию разработанных проектов
5.	ОП.09 Предпринимательство в сфере креативных индустрий	72	В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит умения: - составления плана действий. - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи. - составлять эффективную презентацию идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности. - составлять техническое задание в соответствие с требованиями клиента - определять источники финансирования предпринимательской деятельности. - составления и оформления бизнес-плана.
6.	ОП.10 Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях	54	В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит умения: - разрабатывать и оформлять проектную документацию, бизнес-план. - презентовать концепты кросс-дисциплинарных проектов
7.	ОП.11 Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях	36	В ходе изучения дисциплины обучающийся освоит умения: - адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время - организовывать работу коллектива при создании креативного продукта
8.	ОП.12 Способы поиска работы и трудоустройства	36	В ходе изучения дисциплины обучающийся получит: -углубление знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -дополнительные профессиональные компетенции и

			углубление практической подготовки
9.	МДК.01.01 Методы исследования и сегментации целевой аудитории	36	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях: -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки
10.	МДК.01.02 Исследование рынка: стадии развития и конкурентные стратегии	36	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях: -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки
11.	МДК.02.02 Создание коммуникационной стратегии	36	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях: -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки
12.	МДК.03.03 Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиаплатформы, поисковая реклама, сайт	66	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях: -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки
13.	МДК.04.01 Создание креативной стратегии	32	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях: -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки
14.	МДК.04.02 Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического	28	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях:

	задания		-углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки
15.	МДК.04.03 Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического задания	30	Увеличение объема времени на дополнительный профессиональный блок в целях: -углубления знаний, умений и навыков, для повышения конкурентоспособности выпускников -овладения профессиональными компетенциями и углубления практической подготовки
16.	ПМ.05 Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	222	В ходе изучения профессионального модуля обучающийся получит навыки: - деятельности по поиску и привлечению клиентов - размещения и сопровождения заказа - составления и оформления текстов рекламных объявлений.
Итого		828	

5.4. Календарный учебный график

[illegible]

Обозначения и сокращения:

36 – обучение по модулям и дисциплинам; **ПА** – промежуточная аттестация (ПА) (36 ак.ч. в неделю);

К – каникулы; **Г** – государственная итоговая аттестация (ГИА) (36 ак.ч. в неделю);

п – производственная практика (36 ак.ч. в неделю); **у** – учебная практика (36 ак.ч. в неделю);

*-неделя отсутствует

Сводные данные по бюджету времени

Курс	Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам			Промежуточная аттестация			Практики в форме практической подготовки						ГИА		Каникулы	Всего
							Учебная практика			Производственная практика (по профилю специальности)			всего			
	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем							
	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	ак.ч			
I	40 2/6	17	23 2/6	4/6		4/6									11	52
II	32 5/6	14 4/6	18 1/6	1 1/6	2/6	5/6	3	2	1	4		4			11	52
III	25 4/6	12 3/6	13 1/6	1 2/6	3/6	5/6	2	2		6	2	4	6	216	2	43
Всего	98 5/6	44 1/6	54 4/6	3 1/6	5/6	2 2/6	5	4	1	10	2	8	6	216	24	147

5.3. Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) является составной частью образовательной программы и определяет содержание дисциплины (модуля), запланированные результаты обучения, составные части учебного процесса, формы и методы организации учебного процесса и контроля знаний обучающихся, учебно-методическое и материально-техническое обеспечение учебного процесса по соответствующей дисциплине (модулю).

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ФГОС СПО.

Программы дисциплин, входящих в состав ОПОП, разработаны преподавателями на основе требований ФГОС СПО, рассмотрены и согласованы предметно-цикловой комиссией в установленном порядке.

Программы учебных дисциплин/ПМ содержат следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- сведения о разработчиках программы, согласовании и утверждении программы;
- общая характеристика программы учебной дисциплины;
- структуру и содержание учебной дисциплины/ПМ;
- условия реализации программы учебной дисциплины/ПМ;
- контроль и оценку результатов освоения учебной дисциплины/ПМ.
- лист изменений и дополнений, внесенных в программу учебной дисциплины/ПМ.

Рабочие программы профессиональных модулей и дисциплин, включая профессиональные модули, приведены в Приложениях 1,2 к ОПОП.

5.4. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

Цель рабочей программы воспитания – 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.

Цель рабочей программы воспитания – формирование общих компетенций специалистов среднего звена.

Задачи:

- формирование единого воспитательного пространства, создающего равные условия для развития обучающихся профессиональной образовательной организации;
- организация всех видов деятельности, вовлекающей обучающихся в общественно-ценностные социализирующие отношения;
- формирование у обучающихся профессиональной образовательной организации общих ценностей, моральных и нравственных ориентиров, необходимых для устойчивого развития государства;
- усиление воспитательного воздействия благодаря непрерывности процесса воспитания.

Календарный план воспитательной работы представлен в приложении 5 к ОПОП.

Для реализации Программы определены следующие формы воспитательной работы с обучающимися:

- информационно-просветительские занятия (лекции, встречи, совещания, собрания

и т.д.)

- массовые и социокультурные мероприятия;
- спортивно-массовые и оздоровительные мероприятия;
- деятельность творческих объединений, студенческих организаций;
- психолого-педагогические тренинги и индивидуальные консультации;
- научно-практические мероприятия (конференции, форумы, олимпиады, чемпионаты и др.);
- профориентационные мероприятия (конкурсы, фестивали, мастер-классы, квесты, экскурсии и др.);
- опросы, анкетирование, социологические исследования среди обучающихся.

Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы по специальности являются частью программы воспитания образовательной организации и представлены в Приложении 5 к ОПОП.

5.5. Практическая подготовка

Практическая подготовка при реализации образовательных программ СПО направлена на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции по профилю образовательной программы путем расширения компонентов (частей) образовательной программы, предусматривающих моделирование реальных условий или смоделированных производственных процессов, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется, в том числе на рабочих местах ООО «Ботанический сад», при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики и иных видов учебной деятельности;
- включает в себя отдельные занятия лекционного типа, семинары, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки осуществляется на 1-3 курсах обучения, охватывая дисциплины, профессиональные модули, все виды практики, предусмотренные учебным планом образовательной программы.

Практическая подготовка организуется в специальных помещениях и структурных подразделениях образовательной организации, а также в специально оборудованных помещениях (на рабочих местах) ООО «Ботанический сад», основании договора о практической подготовке обучающихся.

5.6. Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация осуществляется в соответствии с Порядком проведения ГИА.

Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в следующей форме: демонстрационный экзамен и защита дипломного проекта (работы)

Программа ГИА включает общие сведения; примерные требования к проведению демонстрационного экзамена, описание организации и проведения защиты дипломного проекта (работы).

Программа ГИА представлена в Приложении 4 к ОПОП.

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

6.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы

6.1.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению реализации образовательной программы установлены в соответствующем ФГОС СПО.

Состав материально-технического и учебно-методического обеспечения, используемого в образовательном процессе, определяется в Приложении 3 и рабочих программах дисциплин (модулей).

6.1.2. Перечень специальных помещений для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой по специальности 42.02.01 Реклама, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной и воспитательной работы, мастерские и лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования профессиональных стандартов и работодателей.

Кабинеты:

Социально-экономических дисциплин

Иностранного языка

Безопасности жизнедеятельности

Основ композиции в рекламе

Рисунка и живописи в рекламе

Основы финансовой грамотности

Основ бережливого производства

Психологии в рекламе

Истории экранных искусств

Маркетинговых исследований

Дизайна и макетирования рекламной продукции

Брендинга и бренд менеджмента

Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

Лаборатории:

Информационных технологий

Цифровых коммуникационных технологий

Компьютерной графики

Видеостудия

Фотостудия

Спортивный комплекс:

спортивный зал.

Залы:

библиотека, читальный зал с выходом в интернет;

актовый зал.

6.1.3. Перечень материально-технического обеспечения и перечень необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения представлен в Приложении 3 к ОПОП.

6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных

технологий

Программа сочетает обучение в образовательной организации и на рабочем месте на базе работодателя с широким использованием в обучении цифровых технологий.

При реализации образовательной программы применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии при изучении учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей.

Не допускается реализация образовательной программы с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы установлены в соответствующем ФГОС СПО.

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 42.02.01 Реклама, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, осваивают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки: а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25 %.

6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы

Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы в соответствии с направленностью и квалификацией осуществляются в соответствии с Перечнем и составом стоимостных групп профессий и специальностей по государственным услугам по реализации основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования – программ подготовки специалистов среднего звена, итоговые значения и величина составляющих базовых нормативов затрат по государственным услугам по стоимостным группам профессий и специальностей, отраслевые корректирующие коэффициенты и порядок их применения, утверждаемые Минпросвещения России ежегодно.

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы, определенное в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», включает в себя затраты на оплату труда преподавателей и мастеров производственного обучения с учетом обеспечения уровня средней заработной платы педагогических работников за выполняемую ими учебную (преподавательскую) работу и другую работу в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики».

Расчет нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы 42.02.01 Реклама

Составляющие нормативных затрат	Размеры составляющих нормативных затрат на одного обучающегося в год
Нормативные затраты, непосредственно связанные с оказанием государственной услуги:	53 269,91
1. На оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда персонала, принимающего непосредственное участие в оказании государственной услуги	51 195,91
2. На приобретение материальных запасов, потребляемых в процессе оказания государственной услуги	2 074,00
3. Иные затраты	
Нормативные затраты на общехозяйственные нужды и на содержание имущества:	39 720,07
1. На оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда персонала, не принимающего непосредственное участие в оказании государственной услуги	14 294,53
2. На содержание объектов недвижимого и движимого имущества	13 835,56
3. На приобретение услуг связи	396,32
4. На приобретение транспортных услуг	92,11
5. На оплату коммунальных услуг	6 086,75
6. На оплату налогов	889,33
7. На приобретение прочих услуг	4 125,47
Рентабельность	10,02
ИТОГО:	93 000,00

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА..... Error! Bookmark not defined.

ПМ.02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ
Er

ror! Bookmark not defined.

ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
Error! Bookmark not defined.

ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ Error! Bookmark not defined.

ПМ.05 ОСВОЕНИЕ ВИДОВ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ (Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный) 108

Рабочая программа

**ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Рабочая программа ***ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Колесникова Е.Ю., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
1.1. <i>Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы..</i>	5
1.2. <i>Планируемые результаты освоения профессионального модуля</i>	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
2.1. <i>Трудоемкость освоения модуля</i>	11
2.2. <i>Структура профессионального модуля.....</i>	12
2.3 <i>Содержание профессионального модуля.....</i>	13
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	22
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение.....</i>	22
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	25

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности *Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта*.

Профессиональный модуль включен в обязательную часть профессионального цикла основной образовательной программы по специальности.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	

	действий (самостоятельно или с помощью наставника)		
ОК 02	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.	
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	

	привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования		
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности	
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений	
ОК 07	соблюдать нормы экологической безопасности определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности организовывать профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона правила поведения в чрезвычайных ситуациях	
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и	

	профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности	
ПК 1.1	- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории - доводить информацию заказчика до целевой аудитории - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, - привлекать и мотивировать ее участие в исследованиях	- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования	- выявления основных и второстепенных конкурентов - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
ПК 1.2	- производить качественные аналитические исследования рынка	- методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития	- проведения анализа рынка - проведения качественных аналитических исследований рынка - применения

			инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования
ПК 1.3	- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.	- отраслевую терминологию - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним - основы маркетинга	- выявления основных и второстепенных конкурентов - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
ПК 1.4	- преобразовывать требования заказчика в бриф	- принципы выбора каналов коммуникации - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке, планировании коммуникационных каналов, при разработке творческих стратегий и рекламных носителей	- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - планирования системы маркетинговых коммуникаций - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

Обоснование часов вариативной части ОПОП-П

№/№	Дополнительные знания, умения, практический опыт	Наименование темы	Кол-во часов	Обоснование для включения в рабочую программу
1	2	3	4	5
МДК.01.01			36	
1	- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	Тема 1.2 Методы исследования целевой аудитории	16	Углубленное освоение профессиональных компетенций с целью повышения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда.
		Тема 1.3. Сегментация целевой аудитории	16	
		Тема 1.4. Применение результатов исследований и сегментации	4	
2	МДК.01.02		36	
	- производить качественные аналитические исследования рынка, потребителей и конкурентной среды; - преобразовывать требования заказчика в бриф - разрабатывать конкурентные стратегии - доводить информацию заказчика до целевой аудитории	Тема 1.1. Основы исследования рынка	10	
		Тема 1.2. Комплексное изучение конкурентов.	12	
		Тема 1.3. Разработка конкурентных стратегий	14	
Всего по ПМ.01			72	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практической подготовки
Учебные занятия	218	144
Курсовая работа (проект)	20*	-
Самостоятельная работа	16	-
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация, в том числе: МДК.01.01 в форме комплексного дифференцированного зачета МДК.01.02 в форме комплексного дифференцированного зачета МДК.01.03 в форме дифференцированного зачета УП.01.01 в форме дифференцированного зачета ПП.01.01 в форме дифференцированного зачета ПМ.01 в форме экзамена по модулю	6	-
Всего	348	252

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	В т.ч. в форме практической подготовки, ак.ч	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Обучение по МДК							Практики	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Курсовая работа (проект), ак.ч	Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ПК 1.1-1.4 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.01.01 Методы исследования и сегментации целевой аудитории	72	48	20	48	-	-	4	-			
	МДК.01.02 Исследование рынка: стадии развития и конкурентные стратегии	72	52	16	52	-	-	4				
	МДК.01.03 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	90	44	18	44	-	20	8				
	УП.01.01 Учебная практика	36	36								36	
	ПП.01.01 Производственная практика	72	72									72
	Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен по модулю	6								6		
	Всего	348	252	54	144	-	20	16	-	6	36	72

2.3 Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
МДК.01.01 Методы исследования и сегментации целевой аудитории		72	
Тема 1.1. Сущность и значение анализа целевой аудитории	Содержание	26/20пр./2 с.р.	ПК 1.1-1.4 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Сущность и значение изучения целевой аудитории. Типы потребителей и модель потребительского поведения.	2	
	2. Процесс анализа целевой аудитории.	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	20	
	Практическое занятие 1. Определение целевого рынка.	2	
	Практическое занятие 2. Подбор инструмента для проведения анализа	2	
	Практическое занятие 3. Определение каналов коммуникации	2	
	Практическое занятие 4. Исследование потребительских предпочтений	2	
	Практическое занятие 5. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке для различных категорий потребителей.	2	
	Практическое занятие 6. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации.	2	
	Практическое занятие 7. Сегментирование целевой аудитории	2	
	Практическое занятие 8. Определение портрета целевой аудитории	2	
	Практическое занятие 9. Работа с инструментами для анализа целевой аудитории	2	

			Практическое занятие 10. Проведение целостного анализа целевой аудитории	2	
			Самостоятельная работа обучающихся	2	
			Провести анализ целевой аудитории (по выбору)		
Тема 1.2 исследования аудитории	Методы целевой		Содержание учебного материала	16/8пр./2 с.р.	ПК 1.1 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
			1. Трансформация аудиторных исследований в цифровую эпоху.	2	
			2. Комплексные стратегии сбора данных о целевой аудитории	2	
			3. ИИ как инструмент исследования потребительского поведения	2	
			В том числе практических и лабораторных занятий	8	
			Практическое занятие 11. Анализ эффективных кейсов исследования целевой аудитории	2	
			Практическое занятие 12. Разработка подробного психографического портрета конкретного сегмента аудитории	4	
			Практическое занятие 13. Применение генеративных моделей и нейромаркетинга в анализе аудитории	2	
			Самостоятельная работа обучающихся	2	
			Подготовка сообщения для практической работы по выбранному сектору рекламного рынка. Составить кейс для исследования целевой аудитории		
Тема 1.3. Сегментация целевой аудитории			Содержание учебного материала	16/10пр.	ПК 1.1 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
			1. Сегментирование целевой аудитории.	2	
			2. Психографические переменные как основа глубинной сегментации.	2	
			3. Микросегментация и предиктивная аналитика в маркетинге	2	
			В том числе практических и лабораторных занятий	10	
			Практическое занятие 14. Составление психографических профилей и картирование потребительского пути	4	
			Практическое занятие 15. Работа с аналитическими платформами и кластерный анализ	2	

	Практическое занятие 16. Разработка системы метрик и A/B тестирование сегментов	4	
Тема 1.4. Применение результатов исследований и сегментации	Содержание учебного материала	12/8пр.	ПК 1.1 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. От данных к инсайтам: стратегическое применение исследований	2	
	2. Визуализация данных как инструмент принятия решений	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Практическое занятие 17. Разработка ценностных предложений на основе сегментации	4	
	Практическое занятие 18. Создание интерактивных отчетов и презентация результатов	4	
Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачета		2 пр.	
Итого 3 семестр:		72	
<i>теоретическое обучение</i>		20	
<i>практическое обучение</i>		48	
<i>самостоятельная работа</i>		4	
Всего по МДК.01.01:		72	
МДК.01.02 Исследование рынка: стадии развития и конкурентные стратегии		72	
Тема 1.1. Основы исследования рынка	Содержание учебного материала	28/20пр./2 с.р.	ПК 1.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Введение в исследование рынка: виды и методы исследований рынка. Роль анализа рынка для бизнеса.	2	
	2. Структура и показатели анализа рынка. Основные этапы проведения исследования рынка.	2	
	3. Современные технологии сбора и обработки рыночных данных	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	20 пр.	
	Практическое занятие 1. Выбор целевого сегмента рынка.	2	
	Практическое занятие 2. Определение проблемы организации на рынке. Формулирование цели и задач исследования.	2	
	Практическое занятие 3. Диагностика стадии развития рынка и структурный анализ.	2	

	Практическое занятие 4. Составление плана проведения исследования рынка.	2	
	Практическое занятие 5. Определение источников для сбора необходимой информации.	2	
	Практическое занятие 6. Составление SWOT-анализа предприятия.	2	
	Практическое занятие 7. Составление PEST-анализа предприятия.	2	
	Практическое занятие 8. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка.	2	
	Практическое занятие 9. Произвести расчет объема, потенциала, темп роста рынка.	2	
	Практическое занятие 10. Преобразование полученных данных и разработка концепции позиционирования продукта на рынке.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	«Разработка модели сегментирования и оценки привлекательности». Определение источников для сбора необходимой информации.		
Тема 1.2. Комплексное изучение конкурентов.	Содержание учебного материала	28/20пр.	ПК 1.3 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Роль анализа конкурентов для бизнеса.	2	
	2. Этапы и структура исследования конкурентов.	2	
	3. Методы исследования конкурентов.	2	
	4. Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	20 пр.	
	Практическое занятие 11. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции.	2	
	Практическое занятие 12. Составление карты конкуренции.	2	
	Практическое занятие 13. Проведение сравнительного анализа конкурентов.	2	
	Практическое занятие 14. Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов.	2	
	Практическое занятие 15. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов.	2	

	Практическое занятие 16. Определение позиционирования всех участников на рынке.	2	
	Практическое занятие 17. Оценка методов продвижения конкурентов.	2	
	Практическое занятие 18. Оценка технологического уровня конкурентов.	2	
	Практическое занятие 19. Оценка конкурентных преимуществ/недостатков.	2	
	Практическое занятие 20. Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов.	2	
Тема 1.3. Разработка конкурентных стратегий	Содержание учебного материала	14/10пр./2 с.р.	ПК 1.2-1.3 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	Типология конкурентных стратегий и факторы выбора. Стратегия голубого океана: выход за рамки существующего рынка	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10 пр.	
	Практическое занятие 21. Выбор и адаптация конкурентных стратегий	2	
	Практическое занятие 22. Разработка стратегии голубого океана и ценностных инноваций	2	
	Практическое занятие 23. Комплексная работа по разработке конкурентной стратегии для выбранной компании	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Разработка конкурентной стратегии для выбранной компании		
	Практическое занятие 24. Презентация и защита конкурентных стратегий	2	
Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачета		2 пр.	
Итого 3 семестр:		72	
<i>теоретическое обучение</i>		16	
<i>практическое обучение</i>		52	
<i>самостоятельная работа</i>		4	
Всего по МДК.01.02:		72	
МДК.01.03 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		90	

Тема 2.1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	Содержание	64/42пр./4с.р.	ПК 1.4 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Понятие брифа, виды брифов.	2	
	2. Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний.	2	
	3. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи.	2	
	4. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний.	2	
	5. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний.	2	
	6. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании, разработка медиаплана, реализация кампании, определение эффективности кампании.	2	
	7. Оценка эффективности рекламных мероприятий. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.	2	
	8. Виды коммуникационных каналов.	2	
	9. Критерии экономической и коммуникативной эффективности в рекламе.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Работа с конспектами, подготовка к практическим занятиям		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	42 пр.	
	Практическое занятие 1. Определение структуры брифа. Преобразование карточки объекта рекламирования в бриф.	4	
	Практическое занятие 2. Создание брифа и оценка соответствия его поставленной задаче.	2	
	Практическое занятие 3. Определение целей рекламной или коммуникационной кампании.	2	
	Практическое занятие 4. Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании.	4	
	Практическое занятие 5. Определение каналов продвижения торговой марки.	2	

	Практическое занятие 6. Определение перспективных каналов в интернет-среде.	4	
	Практическое занятие 7. Распределение каналов коммуникации на целевую аудиторию. Выделение целевых групп, на которые будут направлены различные мероприятия, акции.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Разработка рекламной кампании по индивидуальному заданию	2	
Итого 3 семестр:		44	ПК 1.4 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
<i>теоретическое обучение</i>		18	
<i>практическое обучение</i>		22	
<i>самостоятельная работа</i>		4	
	Практическое занятие 8. Разработка рекламных идей.	6	ПК 1.4 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	Практическое занятие 9. Определение сроков проведения рекламной или коммуникационной кампании.	2	
	Практическое занятие 10. Определение предварительной оценки бюджета.	4	
	Практическое занятие 11. Определение способов оценки эффективности исходя из целей кампаний.	4	
	Практическое занятие 12. Защита проекта рекламной кампании	4	
Работа по курсовому проекту	Содержание работы		ПК 1.1-1.4 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Составление плана работы. 2. Подбор методической и нормативной литературы. 3. Систематизация теоретических сведений. 4. Сбор и обработка фактических данных. 5. Работа над теоретическим разделом. 6. Анализ текущей ситуации предприятия. 7. Работа над практическим разделом. 8. Написание текста работы. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Защита курсовой работы.	20	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	

	Работа по курсовому проекту	4	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2 пр.	
Итого 4 семестр:		46	
<i>теоретическое обучение</i>		-	
<i>практическое обучение</i>		22	
<i>самостоятельная работа</i>		4	
<i>курсовой проект</i>		20	
Всего по МДК.01.03:		90	
Учебная практика УП.01.01	Виды работ – разработка брифа. – проведение первичного анализа рынка.	36	ПК 1.1-1.4 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
Производственная практика ПП.01.01	Виды работ – анализ состава рынка. – проведение сегментирования на рынке. – разработка плана проведения исследований потребителей. – разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. – подготовка плана проведения рекламной кампании.	72	ПК 1.1-1.4 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю		6	
Всего по ПМ.01:		348	

Курсовой проект

Тематика курсовых проектов

1. Основные этапы подготовки и проведения рекламной кампании.
2. Фактор и значение знаменитости в коммуникационном проекте.
3. Digital коммуникации как способ привлечения российской молодежной аудитории.
4. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей.
5. Рекламная кампания кинофильмов: влияние использования юмористического контента на восприятие продукта российской молодежью.
6. Продвижение молодёжных брендов и услуг с помощью инструментов digital-маркетинга.
7. Формирование лояльности пользователей услуг мобильной связи на примере.
8. Маркетинговые коммуникации в индустрии моды на примере российских шоу-румов.
9. Реклама в метро: проблемы и перспективы.
10. Особенности восприятия образов искусства в рекламных коммуникациях.
11. Влияние технологии Product Placement на зрительскую оценку фильма.
12. Эффективность привлечения интернет-блогеров российскими брендами в сфере моды.
13. Влияние бьюти-блогеров на продвижение косметического бренда.
14. Эффективность Product Placement в российском кинопрокате.
15. Коммуникационные технологии торговых центров для аудитории.
16. Особенности продвижения музея для разных возрастных групп посетителей на примере.
17. Коммуникационная стратегия продвижения спортивных брендов через музыкальное сопровождение на примере.
18. Технологии виртуальной и дополненной реальности в рекламе: эффективность при восприятии бренда целевой аудиторией.
19. Коммуникационные стратегии продвижения брендов в блогосфере.
20. Привлечение медийных личностей как способ продвижения бренда.
21. Продвижение бренда банков посредством мобильного приложения.
22. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений.
23. Стратегии продвижения мобильного приложения для сохранения и увеличения вовлечённости.
24. Коммуникационные онлайн-стратегии люксовых брендов в России.
25. Анализ эффективности product placement в кинематографе на примере среднего и премиум рынков одежды.
26. Оценка эффективности рекламных мероприятий.
27. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях.
28. Классификация рекламных кампаний.
29. Понятие комплексной рекламной кампании.
30. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач.
31. Разработка и передача рекламного обращения.
32. Особенности наружной рекламы.
33. Разработка рекламной кампании товара.
34. Разработка рекламной кампании услуг.
35. Разработка рекламной кампании организации.
36. Разработка и реализация промоакции.
37. Разработка, проведение event мероприятия.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Маркетинговых исследований», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Базы практик, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Душкина, М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для среднего профессионального образования / М.Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568994>

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21300-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569589>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

4. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы: учебник для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566907>

5. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565539>

6. Коноваленко, М. Ю. Реклама. Введение в профессию: учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21373-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569842>

7. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19458-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562463>

8. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560877>

9. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О.Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21656-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581873>

10. Овсянников, А.А. Современный маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А.А. Овсянников. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568731>

11. Поляков, В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В.А. Поляков, А.А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 418 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21622-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581839>

12. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>

13. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет: учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16055-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561507>

14. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21462-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/572248>

15. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова,

Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>

16. Синяева, И.М. Организация рекламного бизнеса : учебник для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569276>

17. Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569277>

18. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21025-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560691>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»;
2. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru;
2. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru;
3. Сайт о новостях маркетинга и рекламы Sostav.ru;
4. Интернет-издание о бизнесе, инновациях, маркетинге и технологиях
5. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России Akarussia.ru.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Устные выступления Кейс-задачи Защита проекта Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- дифференцированного зачета; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий

ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ.
ОК 07	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	Экспертная оценка соблюдения правил экологической безопасности в ведении профессиональной деятельности; Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках контроля в ходе проведения практик.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - дифференцированного зачета; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.

ПК 1.1	- анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - дифференцированного зачета;
ПК 1.2	- полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов.	- экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.
ПК 1.3	- способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды.	Экспертная оценка в осуществлении стратегических анализов и оценки конкурентной среды, мониторинг и прогнозирование экономических процессов на макро- и микроуровнях и интерпретирует полученные результаты;
ПК 1.4	- аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.	Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - дифференцированного зачета; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.

Рабочая программа

**ПМ.02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И
КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ,
АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ**

Рабочая программа **ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Прохорова И.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
1.1. <i>Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы..</i>	5
1.2. <i>Планируемые результаты освоения профессионального модуля</i>	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
2.1. <i>Трудоемкость освоения модуля</i>	11
2.2. <i>Структура профессионального модуля.....</i>	12
2.3 <i>Содержание профессионального модуля.....</i>	13
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	22
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение.....</i>	22
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	25

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности *Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.*

Профессиональный модуль включен в обязательную часть профессионального цикла основной образовательной программы по специальности.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	
ОК 02	определять задачи для поиска	номенклатура	

	информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.	
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;	

	профессиональной деятельности	основы проектной деятельности	
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений	
ОК 07	соблюдать нормы экологической безопасности определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности организовывать профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона правила поведения в чрезвычайных ситуациях	
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности	
ПК 2.1	- определять ключевые цели рекламной кампании - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК	- методики рекламного планирования - инструменты рекламного планирования - систему маркетинговых	планирования системы маркетинговых коммуникаций

	- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.	коммуникаций - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации - аудиторию различных средств рекламы - отраслевую терминологию - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций - принципы стратегического и оперативного планирования РК - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете - принципы функционирования современных социальных медиа - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей	
ПК 2.2	- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой	- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей - логику и структуру плана	разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

	марки, товаров, услуг - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач - осуществлять медиапланирование - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний - преобразовывать требования заказчика в бриф - доводить информацию заказчика до ЦА - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий	рекламной кампании - логику и структуру медиаплана - структуру брифа и требования к нему	

Обоснование часов вариативной части ОПОП-П

№/ №	Дополнительные знания, умения, практический опыт	Наименование темы	Кол-во часов	Обоснование для включения в рабочую программу
1	2	3	4	5
МДК.02.02			36	
1		Тема 1.6. Экосистема бренда	4	Углубленное освоение профессиональных компетенций с целью повышения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда.
		Тема 1.7. Креативный и клиентский бриф	6	
		Тема 1.8. Брифинг креативной команды	4	
		Тема 1.9. Оценка результатов (creative review)	4	
		Тема 1.10. Структура презентации (сторителлинг)	6	
		Тема 1.11. Защита стратегии	6	
		Тема 1.12. Карьерный трек	6	
Всего по ПМ.02			36	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практической подготовки
Учебные занятия	160	80
Курсовая работа (проект)	20*	-
Самостоятельная работа	14	-
Консультация	2*	
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация, в том числе: МДК.02.01 в форме экзамена МДК.02.02 в форме дифференцированного зачета УП.02.01 в форме дифференцированного зачета ПП.02.01 в форме дифференцированного зачета ПМ.02 в форме экзамена по модулю	6 6	-
Всего	294	188

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	В т.ч. в форме практической подготовки, ак.ч	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Обучение по МДК							Практики	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Курсовая работа (проект), ак.ч	Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09	МДК.02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	70	20	38	20	-	-	4	2	6		
	МДК.02.02 Создание коммуникационной стратегии	110	60	20	60	-	20	10	-	-		
	УП.02.01 Учебная практика	36	36								36	
	ПП.02.01 Производственная практика	72	72									72 (36+36)
	Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен по модулю	6								6		
	Всего	294	188	58	80	-	20	14	2	12	36	72

2.3 Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
МДК.02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		70	
Введение в курс	Содержание	2	
	Цели и задачи курса.	2	
Тема 1.1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования	Содержание	8/4пр.	
	1. Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика	2	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	2. Коммуникационная стратегия кампании.	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4пр.	
	Практическое занятие 1. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия.	2	
	Практическое занятие 2. Создание коммуникационной стратегии предприятия	2	
Тема 1.2. Структура и этапы создания стратегического брифа	Содержание	16/4пр./2с.р.	
	1. Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании	2	ПК 2.1-2.2

	2. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании. Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании (key message)	2	ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	3. Создание портрета целевой аудитории. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории	2	
	4. Основные способы поиска рекламной идеи. Обоснование и выбор каналов коммуникации	2	
	5. Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4пр.	
	Практическое занятие 3. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика.	4	
	Самостоятельная работа -	2	
	Завершение оформления практических работ	2	
Тема 1.3. Формирование бюджета стратегической рекламной/коммуникационной кампании	Содержание	16/4пр./2с.р.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании	2	
	2. Оптимизация рекламной/коммуникационной кампании в соответствии с текущими ресурсами и обстоятельствами	2	
	3. Выбор средств и носителей рекламной/коммуникационной кампании. Определение объема, схемы и формата размещения рекламных/коммуникационных носителей	2	
	4. Подсчет и оптимизация бюджета рекламной/коммуникационной кампании	2	
	5. Оценка эффективности рекламной компании	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4пр.	
	Практическое занятие № 4. Подсчет и оптимизация бюджета рекламной/коммуникационной кампании заказчика Оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании.	4	
	Самостоятельная работа -	2	
	Завершение оформления практических работ	2	

		Итого 4 семестр:	42	
		<i>теоретическое обучение</i>	26	
		<i>практическое обучение</i>	12	
		<i>самостоятельная работа</i>	4	
Тема 1.4. Основные продукты стратегического тактического планирования рекламных коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Содержание		10/2пр.	
	1. Стратегический/креативный бриф		2	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	2. Коммуникационная стратегия и ее виды		2	
	3. Активационный план коммуникационной стратегии		2	
	4. Аналитика рынка и трендов		2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		2пр.	
	Практическое занятие 5. Стратегическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия		2	
Тема 1.5. Презентация продуктов стратега работы	Содержание		10/6пр.	
	Предъявление продуктов стратега в формате презентации		4	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		6пр.	
	Практическое занятие 6. Тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий предприятия		6	
Консультация	Подготовка к экзамену		2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена			6	
		Итого 5 семестр:	28	
		<i>теоретическое обучение</i>	12	
		<i>практическое обучение</i>	8	
		<i>самостоятельная работа</i>	-	
		<i>консультация</i>	2	
		<i>экзамен</i>	6	
Всего по МДК.02.01:			70	

УП.02.01 Учебная практика (4 семестр)	Виды работ:	36	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. 2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. 3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных. 4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. 5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 7. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 8. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 9. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.		
МДК.02.02 Создание коммуникационной стратегии		110	
Тема 1.1. Инсайт: теория	Содержание учебного материала	6/4пр.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Что такое инсайт? Типы инсайтов.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическая работа 1. Поиск инсайтов в коммуникации брендов	4	
	Содержание учебного материала	6/4пр./2с.р.	

Тема 1.2. Инсайт: методы формулирования и поиска	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	Практическая работа 2. Создание инсайта	4	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Поиск и создание инсайта	2	
Тема 1.3. Методы исследования целевой аудитории	Содержание учебного материала	6/4пр.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Качественные и количественные исследования	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическая работа 3. Подготовка к проведению исследования	4	
Тема 1.4. Сообщение бренда	Содержание учебного материала	6/4пр.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Сообщение бренда как ответ на потребительский инсайт	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическая работа 4. Создание сообщения бренда	4	
Тема 1.5. Воронка продаж и коммуникационная воронка	Содержание учебного материала	6/4пр.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Принципы построения коммуникационной воронки	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическая работа 5. Создание коммуникационной воронки	4	
Тема 1.6. Экосистема бренда	Содержание учебного материала	6/4пр.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Экосистема коммуникации бренда	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическая работа 6. Создание экосистемы коммуникации бренда	4	
Тема 1.7. Креативный и клиентский бриф	Содержание учебного материала	10/6пр./2с.р.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Виды брифов	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическая работа 7. Создание брифа на рекламную кампанию	6	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Создание брифа на рекламную кампанию	2	

		Итого 5 семестр:	46	
		<i>теоретическое обучение</i>	12	
		<i>практическое обучение</i>	30	
		<i>самостоятельная работа</i>	4	
Тема 1.8. Брифинг креативной команды	Содержание учебного материала		6/4пр.	
	1. Состав креативной команды		2	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	В том числе практических и лабораторных занятий		4пр.	
	Практическая работа 8. Сбор креативной команды		4	
Тема 1.9. Оценка результатов (creative review)	Содержание учебного материала		8/6пр.	
	1. Инструменты оценки решений для рекламной кампании		2	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	В том числе практических и лабораторных занятий		6пр.	
	Практическая работа 9. Обратная связь для доработки решений		6	
Тема 1.10. Структура презентации (сторителлинг)	Содержание учебного материала		8/6пр./2с.р.	
	1. Драматургия в презентации		2	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	В том числе практических и лабораторных занятий		6пр.	
	Практическая работа 10. Создание драматургии в презентации		6	
	Самостоятельная работа обучающегося		2	
	Завершение оформления практической работы «Создание драматургии в презентации»		2	
Тема 1.11. Защита стратегии	Содержание учебного материала		8/6пр./2с.р.	
	В том числе практических и лабораторных занятий		6пр.	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	Практическая работа 11. Создание сценария выступления		6	
	Самостоятельная работа обучающегося		2	
	Завершение оформления практической работы «Создание сценария выступления»		2	
Тема 1.12. Карьерный трек	Содержание учебного материала		10/6пр./2с.р.	
	1. Как упаковать свои кейсы		2	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	В том числе практических и лабораторных занятий		6пр.	
	Практическая работа 12. Карта компетенций		6	

	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Завершение оформления практической работы «Карта компетенций»	2	
Работа по курсовому проекту	Содержание	20	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Составление плана работы. 2. Подбор методической и нормативной литературы. 3. Систематизация теоретических сведений. 4. Работа над теоретическим разделом. 5. Сбор и обработка фактических данных. 6. Анализ текущей ситуации предприятия. 7. Работа над практическим разделом. 8. Написание текста работы. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Презентация и защита проекта.	20	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2 пр.	
		Итого 6 семестр:	
		<i>теоретическое обучение</i>	8
		<i>практическое обучение</i>	30
		<i>самостоятельная работа</i>	6
		<i>курсовой проект</i>	20
		Всего по МДК.02.01:	110
Производственная практика ПП.02.01 (5 семестр)	Виды работ:	36	ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
	1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.		

	6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.		
Производственная практика ПП.02.01 (6 семестр)	Виды работ:	36	
	1. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 2. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах. 3. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 4. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 5. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 6. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.		ПК 2.1-2.2 ОК 01-05, ОК 07, ОК 09
Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю		6	
Всего по ПМ.02:		294	

Курсовой проект

Тематика курсовых проектов

1. Маркетинговые стратегии для нового продукта
2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта или услуги
3. Коммуникационная кампания для нового продукта
4. Определение и сегментация целевой аудитории
5. Система брифов стратегического планирования
6. Позиционирование и потребительский инсайт
7. Рекламная идея и методы ее поиска на примере конкретного рынка
8. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры
9. Основные метрики эффективности рекламной кампании
10. Структура медиаплана и его основные показатели
11. Активационный план коммуникационной стратегии
12. Медиа стратегия предприятия
13. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы.
14. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальных сетях.
15. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса.
16. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории.
17. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определенной отрасли.
18. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании.
19. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке.
20. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги.
21. Изучение и применение психологических аспектов в рекламных сообщениях и их влияние на потребителей.
22. Разработка и реализация стратегии по совершенствованию образа предприятия.
23. Создание и внедрение корпоративной социальной ответственности через коммуникационные стратегии.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Лаборатория «Компьютерной графики», оснащенная в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Базы практик, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09111-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561955>

2. Виноградова, С. М. Психология рекламы и массовой коммуникации: учебник для среднего профессионального образования / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 428 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19705-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/580888>

3. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 288 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16159-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565586>

4. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Купцова ; под общей редакцией А. А. Степанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11053-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566262>

5. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование: учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566092>

6. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888>

7. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>

8. Нархов, Д.Ю. Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие для СПО / Д.Ю. Нархов, Е.Н. Нархова; под редакцией Н.Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/139608>

9. Пашкус, Н.А. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>

10. Пашкус, Н.А. Маркетинг. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус, М.В. Пашкус. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 244 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21425-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/571351>

11. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09247-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564898>

12. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569276>

13. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>

14. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21462-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/572248>

15. Тебекин, А. В. Стратегический менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 333 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5369-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560899>

16. Фадеева, Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567344>

17. Фролов, Ю. В. Планирование и организация производства: стратегия и бизнес-процессы: учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 151 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20124-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581200>

18. Фролов, Ю.В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю.В. Фролов, Р.В. Серышев; под редакцией Ю.В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513928>

19. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебник для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568998>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Ким, У. Чан. Стратегия голубого океана: как создать свободную рыночную нишу и перестать бояться конкурентов: [перевод с английского] / У. Чан Ким, Рене Моборн. - Москва: НИППО, 2008. - 254 с.: ил., табл.; 24 см.; ISBN 978-5-98293-086-6 (В пер.), URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003418103>

2. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями)

3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О рекламе»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Устные выступления Кейс-задачи Защита проекта Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении:
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- дифференцированного зачета/ экзамена; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий

ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ.
ОК 07	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	Экспертная оценка соблюдения правил экологической безопасности в ведении профессиональной деятельности; Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках контроля в ходе проведения практик.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - дифференцированного зачета/ экзамена; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.

ПК 2.1	- адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении: - дифференцированного зачета/ экзамена; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.
ПК 2.2	- качество анализа рынка и целевой аудитории; - четкость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности.	

Рабочая программа

**ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И
ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Рабочая программа ***ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Прохорова И.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
1.1. <i>Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы..</i>	5
1.2. <i>Планируемые результаты освоения профессионального модуля</i>	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
2.1. <i>Трудоемкость освоения модуля</i>	11
2.2. <i>Структура профессионального модуля.....</i>	12
2.3 <i>Содержание профессионального модуля.....</i>	13
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	22
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение.....</i>	22
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	25

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности *Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.*

Профессиональный модуль включен в обязательную часть профессионального цикла основной образовательной программы по специальности.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	
ОК 02	определять задачи для поиска	номенклатура	

	информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.	
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	
ПК 3.1	- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет - разрабатывать рекламную	- типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способы разработки	- аналитической работы при разработке стратегии

	стратегию продвижения бренда в сети Интернет	рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	продвижения в сети Интернет - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет
ПК 3.2	- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК.	- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг - виды сайтов, их возможности и варианты применения - требования к качественному функционированию сайтов - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - отраслевую терминологию - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет - структуру брифа и требования к нему	- подбора и использования оффера - разработки рекламной кампании в сети Интернет
ПК 3.3	- использовать поисковые	- отраслевую терминологию	- структуры и

	системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий - конвертировать файлы в нужные форматы - размещать рекламные материалы в социальных медиа - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов - определять эффективные офферы - создавать оригинальные и стильные логотипы - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа - создавать оригинальные, современные по стилю сайты - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов - повышать информационную наглядность сайтов - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика - доводить информацию заказчика до ЦА - использовать методы и способы привлечения	- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет	базовых принципов рекламного сообщения - реализации рекламной кампании в сети Интернет

	пользователей в интернет-сообщество - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет		

Обоснование часов вариативной части ОПОП-К

№/ №	Дополнительные знания, умения, практический опыт	Наименование темы	Кол-во часов	Обоснование для включения в рабочую программу
1	2	3	4	5
МДК.03.03			66	
1		Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для поискового и контекстно- медийного продвижения в интернете	44	Углубленное освоение профессиональных компетенций с целью повышения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда.
		Тема 1.3. Особенности различных типов рекламы	6	
		Тема 1.4. Сопровождение запуска рекламных кампаний	16	
Всего по ПМ.03			66	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практической подготовки
Учебные занятия	262	146
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	14	-
Консультация	2*	
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация, в том числе: МДК.03.01 в форме дифференцированного зачета МДК.03.02 в форме дифференцированного зачета МДК.03.03 в форме экзамена УП.03.01 в форме дифференцированного зачета ПП.03.01 в форме дифференцированного зачета ПМ.03 в форме экзамена по модулю	6 6	-
Всего	396	254

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	В т.ч. в форме практической подготовки, ак.ч	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Обучение по МДК							Практики	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Курсовая работа (проект), ак.ч	Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ПК 3.1-3.3 ОК 01-03	МДК.03.01 Создание бренд-стратегии	90	46	40	46	-	-	4	-	-		
	МДК.03.02 Создание диджитал-стратегии	90	52	34	52	-	-	4	-	-		
	МДК.03.03 Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиаплатформы, поисковая реклама, сайт	102	48	40	48	-	-	6	2	6		
	УП.03.01 Учебная практика	36	36								36	
	ПП.03.01 Производственная практика	72	72									72
	Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен по модулю	6								6		
	Всего	396	254	114	146	-	-	14	2	12	36	72

2.3 Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
МДК.03.01 Создание бренд-стратегии		90	
Тема 1.1. Обратная разработка (reverse engineering)	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Смысловой разбор рекламных кампаний	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическое занятие 1. «Анализ рекламных кампаний»	6	
Тема 1.2. От бизнес-стратегии к медиа стратегии	Содержание учебного материала	6/2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Бизнес и маркетинг стратегии	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 2. «Формализация бизнеса целей и задач»	2	
Тема 1.3. Каскад задач	Содержание учебного материала	10/4пр./2с.р.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Методы реализации стратегий	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 3. «Создание каскада задач для существующих брендов»	4	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Создание каскада задач для существующих брендов	2	

Тема 1.4. Позиционирование бренда	Содержание учебного материала	8/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	1. Позиционирование бренда. Платформа.	2	
	2. Методы дифференциации брендов	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 4. «Создание дифференциации бренда»	4	
Тема 1.5. Бренд-платформа	Содержание учебного материала	8/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Виды и методы построения бренд-платформ	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 5. «Построение бренд-платформы»	4	
Итого 5 семестр:		40	
<i>теоретическое обучение</i>		14	
<i>практическое обучение</i>		24	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
Тема 1.6. Разработка ценностей, миссии, характера и предложения бренда	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Эмоциональная составляющая бренда	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 6. «Создание ценностей, миссии, характера и сути бренда»	4	
Тема 1.7. Продуктовое предложение: RTB (reason to believe) и УТП (уникальное торговое предложение)	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Методы разработки ценностного предложения для бренда	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 7. «Разработка RTB для бренда»	4	
Тема 1.8. Поиск уникальности	Содержание учебного материала	16/10пр	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	1. Инструменты поиска уникальных свойств продукта бренда	2	
	2. Инструменты и методы цифрового маркетинга.	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10пр.	
	Практическое занятие 8. «Анализ и создание уникальности»	2	
	Практическое занятие 9. «Разработка уникального торгового предложения»	4	

	Практическое занятие 10. «Продвижение нового товара с применением современных маркетинговых инструментов»	4	
Тема 1.9. Диджитал исследование	Содержание учебного материала	6/2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Инструменты поиска информации	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 11. «Исследование сайта конкурента»	2	
Тема 1.10. Трендвотчинг: что такое тренды	Содержание учебного материала	6/2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Анализ трендов	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 12. «Создание карты трендов»	2	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Создать карту тренда	2	
Тема 1.11. Трендвотчинг: использование тренда	Содержание учебного материала	6/2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Как использовать тренды в построении коммуникации и бренда	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 13. «Кластеризация трендов»	2	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2пр.	
Итого 6 семестр:		50	
		<i>теоретическое обучение</i>	26
		<i>практическое обучение</i>	22
		<i>самостоятельная работа</i>	2
Всего по МДК.03.01		90	
МДК.03.02 Создание диджитал-стратегии		90	
Тема 1. Нарратив бренда	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Роль бренда в коммуникации	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 1. «Коммуникационная воронка и бренд нарратив»	4	
	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03

Тема 2. Карта пользовательского пути (CJM)	Что такое карта пользовательского пути (CJM)	2	ПК 3.1, 3.2.
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 2. «Jobs to be done и CJM»	4	
Тема 3. Связь между ролью бренда и проблемами людей	Содержание учебного материала	4/2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Желания клиента и ценности бренда	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 3. «Поиск проблемы»	2	
Тема 4. Изучение пользователей (касдев)	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Что такое касдев?	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 4. «Структура процесса касдев»	4	
Тема 5 Конкурентный анализ в диджитал	Содержание учебного материала	4/2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Методы анализа коммуникации конкурентов в диджитал	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 5. «Анализ коммуникации конкурентов»	2	
Тема 6. Сегментация аудитории	Содержание учебного материала	10/4пр./2с.р.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	1. Микросегментация аудитории в диджитал.	2	
	2. Поведенческий таргетинг, матрица потребности	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 6. «Создание поведенческого профиля»	4	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Самостоятельная работа «Создание поведенческого профиля»	2	
Тема 7. Диджитал инструменты	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Каналы и форматы диджитал коммуникации	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 7. «Поиск диджитал инструментов»	4	
Тема 8. Креативные методики	Содержание учебного материала	4/2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Основы креативных методологий	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	

	Практическое занятие 8. «Создание идей с помощью креативных методик»	2	
Тема 9. Из стратегии в креатив	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	1. Большая идея рекламной кампании	2	
	Итого 5 семестр: <i>теоретическое обучение</i> <i>практическое обучение</i> <i>самостоятельная работа</i>	48 20 26 2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Практическое занятие 9. «Разработка большой идеи рекламной кампании»	4	
Тема 10. Активации	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Активации в рекламных кампаниях	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 10. «Создание активаций»	4	
Тема 11. Экосистема коммуникации	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Структура рекламной кампании	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 11. «Создание экосистемы»	4	
Тема 12. Эффективное продвижение	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	KPI	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 12. «Медиаплан»	4	
Тема 13. Вовлечение	Содержание учебного материала	8/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	1. Вовлечение и каналы коммуникации	2	
	2. Технологии привлечения посетителей на сайт	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 13. «Вовлекающая механика»	4	
Тема 14. Метрики	Содержание учебного материала	4/2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Метрики эффективности	2	

Тема 15. Ведение проектов	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.2.
	Практическое занятие 14. «Разработка метрик»	2	
	Содержание учебного материала	6/2пр./2с.р.	
	Проектный менеджмент	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 15. «Планирование»	2	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
Самостоятельная работа «Планирование»		2	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2пр.	
Итого 6 семестр:		42	
теоретическое обучение		14	
практическое обучение		26	
самостоятельная работа		2	
Всего по МДК.03.02		90	
МДК.03.03 Настройка и запуск рекламной кампании в диджитал: социальные сети, медиаплатформы, поисковая реклама, сайт		102	
Тема 1.1. Основы диджитал-маркетинга и медиапланирования	Содержание	8/4пр.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.3.
	1. Современный диджитал-маркетинг: каналы, инструменты, тренды	2	
	2. Разработка стратегии диджитал-рекламы: от бизнес-задач до KPI	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 1. «Разработка комплексной стратегии и медиаплана»	4	
Тема 1.2. Проведение подготовительных работ для поискового и контекстно-медийного продвижения в интернете	Содержание	44/22пр./4с.р.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.3.
	1. Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории	2	
	Алгоритмы поисковых систем и соц. сетей	2	
	2. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз	2	
	3. SEO – аудит сайта. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в интернете	2	
4. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда		2	

5. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети интернет	2	
6. Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения	2	
7. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в интернете.	2	
8. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях	2	
9. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	2	
Самостоятельная работа обучающегося	2	
Подготовка к практическим занятиям	2	
В том числе практических занятий и лабораторных работ	22пр.	
Практическое занятие 2. «Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях».	2	
Практическое занятие 3. «Разработка концепции стратегии для поисковых систем».	2	
Практическое занятие 4. «Разработка стратегии проведения для рекламной кампании».	2	
Практическое занятие 5. «Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество».	2	
Самостоятельная работа обучающегося	2	
Технологии привлечения пользователей	2	
Практическое занятие 6. «Разработать концепцию продвижения личного бренда».	2	
Практическое занятие 7. «Создать контент стратегию для личного бренда».	2	
Практическое занятие 8. «Провести исследование системы веб-аналитики. Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс».	2	
Практическое занятие 9. «Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения».	2	

	Итого 5 семестр:	46	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.3.
	<i>теоретическое обучение</i>	22	
	<i>практическое обучение</i>	20	
	<i>самостоятельная работа</i>	4	
	Практическое занятие 10. «Расчет стоимости перехода клиента. Формирование KPI.»	2	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.3.
	Практическое занятие 11. «Составить бриф на разработку РК для таргетированной рекламы.»	4	
Тема 1.3. Особенности различных типов рекламы	Содержание учебного материала	26/16пр./2с.р.	ОК 01-03 ПК 3.1, 3.3.
	1. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки.	2	
	2. Поисковая реклама: принципы работы и возможности различных рекламных платформ	2	
	3. Медийная реклама: стратегии, форматы и площадки размещения	2	
	4. Реклама в социальных сетях: особенности платформ и эффективные стратегии	2	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Подготовка к практическим занятиям	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	16пр.	
	Практическое занятие 12. «Настройка и запуск поисковых рекламных кампаний»	6	
	Практическое занятие 13. «Создание и запуск медийных рекламных кампаний»	4	
	Практическое занятие 14. «Настройка и запуск рекламы в социальных сетях»	4	
	Практическое занятие 15. «Создание и оптимизация целевых страниц для рекламных кампаний»	2	
	Содержание учебного материала	16/6пр.	
	1. Системы аналитики и оценка эффективности диджитал-рекламы.	4	

Тема 1.4. Сопровождение запуска рекламных кампаний	Web Analytics - аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде.		
	2. Методы оптимизации и масштабирования диджитал-рекламы	4	
	3. Интеграция рекламных каналов и построение омниканальных стратегий	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6 пр.	
	Практическое занятие 16. «Настройка аналитических систем и создание отчетов»	2	
	Практическое занятие 17. «Оптимизация и масштабирование рекламных кампаний»	4	
Консультация	Подготовка к экзамену	2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
		Итого 6 семестр:	
		<i>теоретическое обучение</i>	22
		<i>практическое обучение</i>	24
		<i>самостоятельная работа</i>	2
		<i>консультация</i>	2
		<i>экзамен</i>	6
		Всего по МДК.03.03	102
УП.03.01 практика (5 семестр)	Учебная	Виды работ:	36
		1. Ознакомление с конструктором сайтов	
		2. Разработка графических элементов	
		3. Создание концепции графического оформления	
		4. Разработка структуры и схемы сайта	
		5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта	
Производственная практика ПП.03.01 (6 семестр)		Виды работ:	72
		1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия	
		2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.	
		3. Изготовить рекламный и/или PR материал.	
			ОК 01-03 ПК 3.1, 3.3.
			ОК 01-03 ПК 3.1, 3.3.

	4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 5. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.		
Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю		6	
Всего по ПМ.03:		396	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Брендинга и бренд-менеджмента» и «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Лаборатории «Цифровых коммуникационных технологий», «Компьютерной графики», оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Базы практик, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Домнин, В.Н. Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В.Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 384 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21085-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/580184>

2. Зельдович, Б.З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566445>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

4. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560580>

5. Музыкант, В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В.Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561316>

6. Музыкант, В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A: учебник и практикум

для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561458>

7. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560615>

8. Сергеев, Л.И. Цифровая экономика: учебник для среднего профессионального образования / Л.И. Сергеев, Д.Л. Сергеев, А.Л. Юданова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20837-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569311>

9. Спиридонова, Е.А. Основы инновационной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. А. Спиридонова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17862-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566727>

10. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

11. Тульчинский, Г.Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебник для вузов / Г.Л. Тульчинский, В.И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562694>

12. Хворостяная, А. С. Стратегический бренд-менеджмент: учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569111>

13. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебник для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568998>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Устные выступления Кейс-задачи Защита проекта Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий Дифференцированный зачет/ экзамен; Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	
ПК 3.1	- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий Дифференцированный зачет/ экзамен; Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.
ПК 3.2	- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные	

	рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК.	
ПК 3.3	- использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий - конвертировать файлы в нужные форматы - размещать рекламные материалы в социальных медиа - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов - определять эффективные офферы - создавать оригинальные и стильные логотипы - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа - создавать оригинальные, современные по стилю сайты - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов - повышать информационную наглядность сайтов - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика	

	- доводить информацию заказчика до ЦА - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет	

Рабочая программа

**ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ
СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И
ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ
НОСИТЕЛЯХ**

Рабочая программа ***ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Прохорова И.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
1.1. <i>Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы..</i>	5
1.2. <i>Планируемые результаты освоения профессионального модуля</i>	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
2.1. <i>Трудоемкость освоения модуля</i>	11
2.2. <i>Структура профессионального модуля.....</i>	12
2.3 <i>Содержание профессионального модуля.....</i>	13
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	22
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение.....</i>	22
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	25

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности *Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.*

Профессиональный модуль включен в обязательную часть профессионального цикла основной образовательной программы по специальности.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач	

		профессиональной деятельности	
ОК 02	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.	
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты	
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе	психологические основы деятельности коллектива психологические особенности личности	

	профессиональной деятельности		
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке проявлять толерантность в рабочем коллективе	правила оформления документов правила построения устных сообщений особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	
ПК 4.1	- использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы - доводить информацию заказчика до ЦА - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество	- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - отраслевую терминологию - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта - рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией - технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетях и на сайте объекта - рекламирования в	- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектирования объекта - рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) - поиска и подбора оригинального нейма и слогана

		соответствии поставленным задачам	
ПК 4.2	- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА	- отраслевую терминологию - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	- определения оригинальной идеи для рекламной кампании - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК
ПК 4.3	- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий - конвертировать файлы в нужные форматы - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат - размещать рекламные материалы в социальных медиа - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов - обеспечивать качественное функционирование сайта - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов	- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей - виды сайтов, их возможности и варианты применения - требования к качественному функционированию сайтов - технические средства создания визуального контента - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - структуру брифа и требования к нему - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного	- оформления текстовых и графических документов - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы

	- создавать графические материалы рекламного характера - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа - создавать оригинальные, современные по стилю сайты - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов - повышать информационную наглядность сайтов - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях	дизайна и элементов фирменного стиля - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов - технологии создания и требования к подготовке полиграфической продукции	

Обоснование часов вариативной части ОПОП-К

№/№	Дополнительные знания, умения, практический опыт	Наименование темы	Кол-во часов	Обоснование для включения в рабочую программу
1	2	3	4	5
МДК.04.01			32	
1		Тема 1.3. Инновации в брендинге	6	Углубленное освоение профессиональных компетенций с целью повышения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда.
		Тема 1.4. Работа с репутацией в цифровом мире	8	
		Тема 1.6. Этика и устойчивое развитие бренда	4	
		Тема 1.7. Роль креативного лидера	8	
		Тема 1.9. Управление креативными проектами	6	
МДК.04.02			28	
		Тема 1.1. Форматы диджитал-рекламы	6	
		Тема 1.2. Основы разработки рекламных креативов	22	
МДК.04.03			30	
		Раздел 1. Основы компьютерной графики	12	
		Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.	6	
		Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций	4	
		Раздел 4. Техника и технология рекламного видео	8	
Всего по ПМ.04			90	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практической подготовки
Учебные занятия	234	166
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	10	-
Консультация	-	
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация, в том числе: МДК.04.01 в форме дифференцированного зачета МДК.04.02 в форме дифференцированного зачета МДК.04.03 в другой форме УП.04.01 в форме дифференцированного зачета ПП.04.01 в форме дифференцированного зачета ПМ.04 в форме экзамена по модулю	6	-
Всего	358	274

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	В т.ч. в форме практической подготовки, ак.ч	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Обучение по МДК							Практики	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Курсовая работа (проект), ак.ч	Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ПК 4.1-4.3 ОК 01-05, ОК 09	МДК.04.01 Создание креативной стратегии	90	64	22	64	-	-	4	-	-		
	МДК.04.02 Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического задания	84	62	18	62	-	-	4	-	-		
	МДК.04.03 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	70	40	28	40	-	-	2	-	-		
	УП.04.01 Учебная практика	36	36								36	
	ПП.04.01 Производственная практика	72	72									72 (36+36)
	Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен по модулю	6								6		
	Всего	358	274	68	166	-	-	10	-	6	36	72

2.3 Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
МДК.04.01 Создание креативной стратегии		90	
Тема 1.1. Роль бренда в кризисных ситуациях	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Как бренды выживают в кризисах	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическая работа 1. «Антикризисный план»	6	
Тема 1.2. Гибкость и адаптивность бренда	Содержание учебного материала	12/8пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Гибкие стратегии: от теории к практике	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8пр.	
	Практическая работа 2. «Проектирование адаптивной стратегии»	8	
Тема 1.3. Инновации в брендинге	Содержание учебного материала	8/4пр./2с.р.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Инновации как драйвер бренда	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическая работа 3. «Создание инновационного предложения»	4	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Создание инновационного предложения	2	
Итого 4 семестр:		28	
<i>теоретическое обучение</i>		8	
<i>практическое обучение</i>		18	
<i>самостоятельная работа</i>		2	

Тема 1.4. Работа с репутацией в цифровом мире	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Цифровая репутация бренда: угрозы и возможности	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическая работа 4. «Анализ репутации и стратегии её улучшения»	6	
Тема 1.5. Управление изменениями в стратегии бренда	Содержание учебного материала	10/8пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Как корректировать стратегии в условиях изменений	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8пр.	
	Практическая работа 5. «Построение сценариев изменений»	8	
Тема 1.6. Этика и устойчивое развитие бренда	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Этика и устойчивость: будущее брендов	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическая работа 6. «Разработка плана устойчивого развития»	6	
Тема 1.7. Роль креативного лидера	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Лидерство в креативной среде	2	
	Итого 5 семестр:	28	
	<i>теоретическое обучение</i>	8	
	<i>практическое обучение</i>	20	
	<i>самостоятельная работа</i>	-	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Практическая работа 7. «Анализ стилей лидерства»	6	
Тема 1.8. Построение креативных команд	Содержание учебного материала	10/6пр./2с.р.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Как создать сильную команду	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическая работа 8. «Проектирование структуры команды»	6	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Проектирование структуры команды	2	
Тема 1.9. Управление креативными проектами	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Управление проектами: от идеи к реализации	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическая работа 9. «Планирование креативного проекта»	6	

Тема 1.10. Оценка эффективности команды	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Метрики оценки командной работы	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическая работа 10. «Разработка системы оценки»	6	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2пр.	
Итого 6 семестр:		34	
<i>теоретическое обучение</i>		6	
<i>практическое обучение</i>		26	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
Всего по МДК.04.01:		90	
МДК.04.02 Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического задания		84	
Тема 1.1. Форматы диджитал-рекламы	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Форматы и спецификации цифровой рекламы	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 1. «Разработка креативов для диджитал-каналов»	4	
Тема 1.2. Основы разработки рекламных креативов	Содержание учебного материала	22/16пр./2с.р.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	1. Введение в прототипирование рекламных креативов	2	
	Основы копирайтинга для рекламных материалов		
	2. Создание визуального контента для рекламы	2	
	Основы Event Management в рекламной деятельности		
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Подготовка к практическим занятиям	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	16пр.	
	Практическое занятие 2. «Анализ и создание первых прототипов»	2	
	Практическое занятие 3. «Создание базовых графических материалов»	4	
	Практическое занятие 4. «Создание эффективных рекламных текстов»	2	
	Практическое занятие 5. «Разработка прототипа лендинга»	4	
	Практическое занятие 6. «Практика создания фото и видео материалов»	4	

		Итого 4 семестр: <i>теоретическое обучение</i> <i>практическое обучение</i> <i>самостоятельная работа</i>	28 6 20 2	
Тема 1.3. Составление технических заданий для разработки рекламных материалов	Содержание учебного материала		18/14пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	1. Основы разработки PR-материалов и взаимодействия со СМИ		2	
	2. Структура технического задания и методы тестирования рекламных креативов		2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		14пр.	
	Практическое занятие 7. «Создание PR-материалов и стратегия взаимодействия со СМИ»		8	
	Практическое занятие 8. «Тестирование и оптимизация рекламных материалов»		6	
Тема 1.4. Проектирование печатной рекламы	Содержание учебного материала		8/6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM.		2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		6пр.	
	Практическое занятие 9. Разработка комплекса POSM		6	
		Итого 5 семестр: <i>теоретическое обучение</i> <i>практическое обучение</i> <i>самостоятельная работа</i>	26 6 20 -	
Тема 1.5. Проектирование рекламы в онлайн среде	Содержание учебного материала		10/8пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров		2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		8пр.	
	Практическое занятие 10. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде		8	

Тема 1.6. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	10/6пр./2с.р.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическое занятие 11. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	6	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Разработка креативной наружной рекламы	2	
Тема 1.7. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2.
	Виды транзитной рекламы	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6пр.	
	Практическое занятие 12. Разработка комплекса транзитной рекламы	6	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2пр.	
Итого 6 семестр:		30	
<i>теоретическое обучение</i>		6	
<i>практическое обучение</i>		22	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
Всего по МДК.04.02:		84	
МДК.04.03 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		70	
Раздел 1. Основы компьютерной графики		30/16пр.	
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	14/8пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
	1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).	2	
	2. Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом	2	
	3. Создание текстурных векторных кистей	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8пр.	
	Практическое занятие 1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа	2	

	Практическое занятие 2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2	
	Практическое занятие 3. Создание рекламного плаката	2	
	Практическое занятие 4. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок	2	
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Содержание учебного материала	16/8пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
	1. Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.	2	
	2. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	2	
	3. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	2	
	4. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекция изображения	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8пр.	
	Практическое занятие 5. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2	
	Практическое занятие 6. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор». Обработка фотографий в программе растровой графики	2	
	Практическое занятие 7. Размещение объектов с учётом перспективы	2	
	Практическое занятие 8. Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2	
Итого 5 семестр:		30	
<i>теоретическое обучение</i>		14	
<i>практическое обучение</i>		16	
<i>самостоятельная работа</i>		-	
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии		10/6пр.	
Тема 2.1. Использование студийного оборудования,	Содержание учебного материала	4/2пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	2	

технология фотографирования.	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2пр.	
	Практическое занятие 9. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2	
Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4пр.	
	Практическое занятие 10. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	2	
	Практическое занятие 11. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	2	
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		8/4пр.	
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	4/2пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
	Осуществление поиск рекламных идей. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 12. Разработка авторского рекламного проекта. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	2	
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Содержание учебного материала	4/2пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.

	Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2пр.	
	Практическое занятие 13. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	2	
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео		20/12пр.	
Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
	1. Логлайн. Синописис.	2	
	2. Сценарий. Раскадровка.		
	3. Трехактная структура повествования		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4пр.	
	Практическое занятие 14. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	2	
	Практическое занятие 15. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	2	
Тема 4.2. Тритмент. Референсы	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
	1.Тритмент. Структура. Наполнение.	2	
	2. Референсы.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	4пр.	
	Практическое занятие 16. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	2	
	Практическое занятие 17. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2	
	Содержание учебного материала	6/4пр.	ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
	1. Основные принципы композиции кадра.	2	

Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	2. 10 принципов монтажа.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4пр.	
	Практическое занятие 18. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент	2	
	Практическое занятие 19. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	2	
	Самостоятельная работа обучающегося	2	
	Подготовка защиты проекта к защите	2	
Промежуточная аттестация в форме защиты проекта рекламы		2пр.	
		Итого 6 семестр:	
		<i>теоретическое обучение</i>	14
		<i>практическое обучение</i>	24
		<i>самостоятельная работа</i>	2
Всего по МДК.04.03		70	
УП.04.01 Учебная практика (5 семестр)	Виды работ:	36	
	Проведение ситуационного анализа Поиск инсайта и ключевых рекламных решений Разработка рекламной продукции Использование типографики в графическом дизайне. Создание информационного плаката. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.		ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
Производственная практика ПП.04.01 (5 семестр)	Виды работ:	36	
	Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. Проведение фотосъёмки. Промежуточный анализ отснятого материала.		ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.

	Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты Зачёт		
Производственная практика ПП.04.01 (6 семестр)	Виды работ:	36	
	Разработка и создание дизайна рекламной продукции: – выбор художественной формы реализации рекламной идеи; – создание визуального образа с рекламными функциями; – художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.		ОК 01-05, ОК 09 ПК 4.1, 4.2, 4.3.
Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю		6	
Всего по ПМ.04:		358	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Лаборатории «Цифровых коммуникационных технологий» и «Компьютерной графики», оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Базы практик, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Безрукова, Е.А. Шрифты: шрифтовая графика: учебник для вузов / Е.А. Безрукова, Г.Ю. Мхитарян; под научной редакцией Г.С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17587-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566052>

2. Боресков, А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566514>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

4. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565539>

5. Колышкина, Т.Б. Анализ рекламного текста: учебник для вузов / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557118>

6. Колышкина, Т.Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебник для среднего профессионального образования / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство

Юрайт, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568999>

7. Колышкина, Т.Б. Рекламный текст: учебник для среднего профессионального образования / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557119>

8. Короткова, Т.Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562139>

9. Куркова, Н.С. Аудиовизуальные технологии в рекламе: учебник для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18773-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568152>

10. Куркова, Н.С. Анимационное кино и видео: азбука анимации: учебник / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17849-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566290>

11. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. — 3-е изд. — Саратов: Профобразование, 2024. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/145906>

12. Литвина, Т.В. Дизайн новых медиа: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20186-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569266>

13. Милинчук, Е.С. SMM-маркетинг: учебник для вузов / Е.С. Милинчук. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568585>

14. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21187-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559516>

15. Пименов, В.И. Видеомонтаж: учебник для среднего профессионального образования / В.И. Пименов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 159 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-20729-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566413>

16. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>

17. Развитие креативности учащихся: учебные задачи открытого типа: учебник для вузов / В. В. Утемов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13771-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566731>

18. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>

19. Система 4К: коммуникация, критическое мышление, креативность, командная работа: учебно-практическое пособие / Е.Н. Агапова, П.А. Бавина, А.П. Панфилова [и др.]; под редакцией А.П. Панфиловой, С.М. Сычёвой. — Санкт-Петербург: Издательство РГПУ им. А.И. Герцена, 2022. — 252 с. — ISBN 978-5-8064-3179-1. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/131824>

20. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

21. Тонковид, С.Б. Дизайн. Креативные задания: учебное пособие для СПО / С.Б. Тонковид. — 2-е изд. — Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2025. — 99 с. — ISBN 978-5-00175-316-2, 978-5-4488-2527-9. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/150124>

22. Трищенко, Д.А. Копирайтинг: учебник для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 124 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18702-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568984>

23. Трищенко, Д.А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д.А. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566467>

24. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А.Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566468>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>

2. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>

3. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>

4. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации Кейс-задачи Защита проекта Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий Дифференцированный зачет; Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в	

	зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.	
ПК 4.1	- использование технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения - определение эффективности УТП (уникальные торговые предложения) и офферы - способность доводить информацию заказчика до ЦА - подбор и использование визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектв объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) - поиск и подбор оригинального нейма и слогана	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий Дифференцированный зачет; Экзамен по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения практик.
ПК 4.2	- использование специальных методов и сервисов повышения обратной связи с ЦА - определение оригинальной идеи для рекламной кампании - подбор и использование визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектв объекта рекламирования с учетом инсайта для РК	
ПК 4.3	- использование специальных профессиональных сервисов для оценки эффективности рекламы в интернете - создание и обработка графических и текстовых материалов с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий - конвертация файлов в нужные форматы - использование сетевых средств проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат - размещение рекламных материалов в социальных медиа - подбор визуальных и текстовых материалов	

	в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения - умение представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов - обеспечение качественного функционирования сайта - составление оригинальных и качественных рекламных текстов, в том числе и для веб-сайтов - создание графических материалов рекламного характера - умение находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА - разработка концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов - способность разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику - использование приемов внутренней и внешней оптимизации сайтов - повышение информационной наглядности сайтов - создание качественных макетов иллюстраций для публикации в социальных сетях - оформление текстовых и графических документов, рекламных носителей, в том числе текстовых и графических - создание визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы	

Рабочая программа

**ПМ.05 ОСВОЕНИЕ ВИДОВ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ
ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ**

(Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный)

Рабочая программа ***ПМ.05 Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный)*** разработана по запросу работодателя за счет вариативной части Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Юрченко Е.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
1.1. <i>Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы..</i>	5
1.2. <i>Планируемые результаты освоения профессионального модуля</i>	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
2.1. <i>Трудоемкость освоения модуля</i>	11
2.2. <i>Структура профессионального модуля.....</i>	12
2.3 <i>Содержание профессионального модуля.....</i>	13
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	22
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение.....</i>	22
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	25

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.05 ОСВОЕНИЕ ВИДОВ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ

(Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный)

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности *Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный*.

Профессиональный модуль включен в вариативную часть профессионального цикла образовательной программы по запросу работодателя.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы по специальности СПО 42.02.01 Реклама, входящих в укрупненную группу 42.02.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело: выполнение работ по рабочей профессии 20032 Агент рекламный, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) (организация деятельности по работе с заказчиком, размещение и сопровождение заказа) и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01-05, ОК 07	- осуществлять классификацию/ сегментирование и поиск заказчиков; - организовывать работу по получению и оформлению заказа; - презентовать готовый рекламный продукт заказчику; - создавать творческий бриф; - формировать заказ на проведение фотосъемки;	- виды рекламной деятельности; - виды рекламных средств и средств распространения рекламы; - требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; - структуру и содержание деятельности рекламного агентства и отделов рекламы;	

	- проводить фотосъемку (по брифу); - обрабатывать и сохранять полученные фотоизображения в компьютере; - печатать цифровые фотографии и записывать их на цифровой носитель; - компоновать текстовую рекламу; - исполнять статические и динамические графические изображения элементов рекламного обращения; - создавать анимированные рисованные объекты и видео вставки; - создавать рекламный баннер; - создавать, сохранять и размещать презентации в Интернет; - создавать и оформлять документы в текстовых редакторах; - использовать ресурсы Интернет при работе с заказчиком.	- структуру творческого брифа; - необходимый перечень, состав и характеристики оборудования, техники и расходных материалов для выполнения фотосъемки, компьютерной обработки и цифровой печати фотоизображений; - базовые теоретические принципы построения рекламных текстов (заголовков, подписей, слоганов); - основные элементы устной презентации творческой идеи и результатов ее воплощения; - базовые и сравнительные характеристики используемых в ходе практики компьютерных программ и приложений; - сравнительные характеристики основных поисковых систем в сети Интернет.	
ПК 5.1-5.3	- использовать современные коммуникационные средства продвижения рекламы - осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг - проводить основные мероприятия связей с общественностью - выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы - использовать	- современные коммуникационные средства разработки и продвижения рекламы - содержание рекламной информации - виды рекламных средств и средств распространения рекламы - субъекты рекламного процесса и их взаимодействие - приемы и методы делового общения и ведения переговоров - основы психологии - нормативные правовые	- контактирования с производителями рекламы по вопросам производства и размещения - оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком - организации связи со средствами массовой информации - проведения анализа собранной информации при работе с заказчиком - выбора и

	профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, фото, аудио, видео, анимации - составлять рекламные тексты - использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации - владеть простыми приемами создания и обработки изображений	акты и положения, законодательство о рекламе - основы организации связи со средствами массовой информации - организационную структуру организаций, направления рекламной работы - основные средства компьютерной обработки информации, основы цифровой фотографии - основы организации рекламной деятельности - приемы, принципы и правила составления рекламного текста	использования основных инструментов, оборудования и офисной оргтехники - использования информационных технологий для обработки текстовой информации - составления и оформления рекламного текста

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практической подготовки
Учебные занятия	102	60
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	6	-
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация, в том числе: МДК.05.01 в форме дифференцированного зачета УП.05.01 в форме дифференцированного зачета ПП.05.01 в форме дифференцированного зачета ПМ.05 в форме квалификационного экзамена	6	-
Всего	222	168

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	В т.ч. в форме практической подготовки, ак.ч	Объем профессионального модуля, ак. час.								
				Обучение по МДК							Практики	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Курсовая работа (проект), ак.ч	Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ПК 5.1-5.3	МДК.05.01 Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный	108	60	42	60	-	-	6	-			
ОК 01-05, ОК 07	УП.05.01 Учебная практика	36	36								36	
	ПП.05.01 Производственная практика	72	72									72
	Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен квалификационный	6								6		
	Всего	222	168	42	60	-	-	6	-	6	36	72

2.3 Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические лабораторные работы и занятия	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Код компетенции формированием которых способствует элемент программы
1	2	3	4
МДК.05.01 Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный		62/42 пр.	
Тема 1. Рекламная деятельность по поиску и привлечению клиентов	Содержание	16/8пр.	
	Рекламные агентства. Рекламные агентства и отделы рекламы. Структура рекламного агентства и отделов рекламы. Профессии в рекламе.	2	ПК 5.1-5.3 ОК 01-05, ОК 07
	Рекламодатель: Заказчик рекламы. Поиск клиентов Работа с заказчиком: Основные понятия: конкурс, договор, бриф; Распределение работы среди отделов рекламного агентства и сторонней (субподрядной) организацией	2	
	Рекламный продукт: Создание листовки.	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Презентация проекта: Порядок и правила проведения презентации. Представление готового рекламного проекта заказчику.	4	
	Передача материала заказчику: Правовой аспект рекламной деятельности.	4	
Тема 2. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии	Содержание	28/16пр./2 с.р.	ПК 5.1-5.3
	Фотография как элемент профессиональной деятельности рекламного агента: Фотография как элемент творческой деятельности рекламного агента	4	ОК 01-05, ОК 07

	Задание на проведение фотосъемки: Творческий бриф. Формирование творческого задания на проведение фотосъемки.	2	
	Организация фотосъемки: Фотоагентство и фотограф. Основные правила подбора фотоагентства или частного фотографа. Финансово-юридический аспект организации фотосъемки. Организация фотосъемки.	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	16	
	Проведение фотосъемки: Проведение фотосъемки товара, исходя из сформированной задачи (по брифу).	4	
	Обработка изображения: Компьютерная обработка фотографии. Сохранение изображения.	4	
	Вывод изображения: Печать фотографии. Запись фотографии на цифровой носитель	6	
	Презентация: Порядок и правила проведения презентации фотографий заказчику.	2	
	В том числе самостоятельная работа обучающегося Составление презентации фотографий заказчику	2	
Итого 3 семестр:		44	
<i>теоретическое обучение</i>		18	
<i>практическое обучение</i>		24	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
УП.05.01 Учебная практика Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный Виды работ: 1. Осуществление работы по поиску и привлечению клиентов. 2. Осуществление работы с клиентской базой. 3. Оформление заказа с применением офисной оргтехники. 4. Составление договора, с учетом применения правовых знаний. 5. Составление брифа с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. 6. Ведение переговоров с заказчиком при составлении брифа и заключении договора.		36	ПК 5.1-5.3 ОК 01-05, ОК 07

7. Разработка информационной листовки на основе ранее сформулированного задания (по брифу), используя фотографии, изготовленные подрядной организацией. Листовка содержит в себе изображение, рекламный текст.			
8. Аудиторная презентация идеи готового рекламного проекта.			
Тема 3. Композиция рекламных текстовые сообщения	простых сообщений, рекламные	Содержание	14/8пр./2с.р.
		Текстовая реклама: компоновка информации, акценты, гарнитуры шрифтов, таблица анализа. Анализ текстовой рекламы из СМИ. Образ текста. Анализ гарнитур.	2
		Бейдж: назначение, содержание, методика работы по созданию бейджа. Дизайн бейджа. Визуальные образные акценты в рекламной кампании.	2
		В том числе практических и лабораторных занятий	8
		Разработка информационной листовки на основе ранее сформулированного задания	4
		Создание рекламного баннера	4
		В том числе самостоятельная работа обучающегося Составление брифа с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации	2
Тема 4 Компьютерные технологии в деятельности рекламного	технологии в Агента	Содержание	48/6пр./2 с.р
		Использование мультимедийных и анимационных возможностей программы Power Point в деятельности рекламного агента: Интерактивность презентации. Ссылки и гиперссылки. Экспорт презентации. Изменение типа файла.	6
		Вставка звука и видеоклипов в презентацию.	6
		Создание и анимирование рисованных объектов в программе Power Point.	6
		Создание рекламного баннера	6
		Создание рекламной презентации.	4
		Размещения в Интернет PowerPoint- презентаций	6
		Сохранение презентации как видеозапись.	6

	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	Использование ресурсов сети Internet для работы агента рекламного Особенности работы с Google Chrome.	2	
	Поиск информации по заданной теме. Социальные сети. Социальная сеть Twitter	2	
	Создание группы, обмен данными и информацией в группе	2	
	В том числе самостоятельная работа обучающегося Создание личной странички.	2	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2пр.	
Итого 4 семестр:		64	
<i>теоретическое обучение</i>		44	
<i>практические занятия</i>		16	
<i>самостоятельная работа</i>		4	
Всего по МДК.05.01		108	
ПП.05.01 Производственная практика Освоение должности служащего 20032 Агент рекламный Виды работ: 1. Поиск и привлечение клиентов. 2. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. 3. Проведение рекламных акций в качестве исполнителя. 4. Оформление брифа. 5. Создание и анимирование рисованных объектов в программе PowerPoint. 6. Создание рекламного баннера. 7. Создание рекламной презентации. 8. Создание бланка организации. 9. Работа с иллюстрациями. Создание пригласительного билета, рекламного объявления, программы мероприятия.		72	ПК 5.1-5.3 ОК 01-05, ОК 07
Промежуточная аттестация в форме квалификационного экзамена		6	
Итого по ПМ.05:		222	
<i>теоретическое обучение</i>		62	
<i>практические занятия</i>		40	

<i>самостоятельная работа</i>	6	
<i>учебная практика</i>	36	
<i>производственная практика</i>	72	
<i>квалификационный экзамен</i>	6	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Лаборатории «Цифровых коммуникационных технологий», «Фотостудия», «Видеостудия», «Компьютерной графики», оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Базы практик, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Душкина, М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для среднего профессионального образования / М.Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568994>

2. Душкина, М.Р. Связи с общественностью: учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557157>

3. Журов, Г.И. Основы современной цифровой фотографии: учебное пособие для СПО / Г.И. Журов, В.И. Сединин, Е.М. Погребняк. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2023. — 234 с. — ISBN 978-5-4488-1625-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/132579>

4. Зельдович, Б.З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б.З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566445>

5. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

6. Колышкина, Т.Б. Рекламный текст: учебник для среднего профессионального образования / Т.Б. Колышкина, Е.В. Маркова, И.В. Шустина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557119>

7. Коноваленко, М. Ю. Реклама. Введение в профессию: учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21373-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569842>

8. Левкина А.В. Фотодело: учебное пособие. / А.В. Левкина. — М.: ИНФРА –М, 2020г.

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

10. Пашкус, Н.А. Маркетинг. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус, М.В. Пашкус. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 244 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21425-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/571351>

11. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>

12. Рассолов, И.М. Информационное право: учебник для среднего профессионального образования / И.М. Рассолов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 427 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18147-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568808>

13. Синяева, И.М. Организация рекламного бизнеса: учебник для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569276>

14. Синяева, И.М. Организация рекламного бизнеса: учебник для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569276>

15. Синяева, И.М. Реклама, PR, имидж: учебник для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569277>

16. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

17. Эллис, А.А. Фотография: учебное пособие / А. А. Эллис. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2023. — 116 с. — ISBN 978-985-895-126-9. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/134107>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Новостной портал в области цифровой фототехники и фотографии. — Текст: электронный // Takefoto.ru: [сайт]. — URL: <https://www.takefoto.ru/>

2. Онлайн-ресурс о фотографии, фото- и видеотехнике. — Текст: электронный // Prophotos.ru: [сайт]. — URL: <https://prophotos.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ОК, ПК	Критерии оценки результата (показатели освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 5.1-5.3 ОК 01-05, ОК 07	Правильность классификации (сегментирования) при поиске заказчиков. Демонстрация умения поиска и привлечения клиентов с использованием ресурсов Интернет при работе с заказчиком. Демонстрация умения формировать заказ на проведение фотосъемки. Разработка рекламного предложения. Предоставление договора на рекламные услуги. Отчет по основным положениям закона о рекламе. План по переговорам с заказчиком. Правильность распределения ролей при получении и оформлении заказа; Быстрота, правильность создания и оформления документов в текстовых редакторах; Демонстрация умения создавать анимированные рисованные объекты и видео вставки Составление базы данных производителей и распространителей рекламы. Быстрота и правильность составления, оформления и компоновки текстовой рекламы. Качество исполнения заданий и соответствие брифу Быстрота и качество проведения фотосъемки (по брифу). Демонстрация умения быстро и правильно создавать, сохранять и размещать презентации в Интернет. Правильность создания и проведения презентаций фотографий заказчику с использованием сетевых технологий. Демонстрация умения создавать творческий бриф с использованием компьютера. Правильность компоновки текстовой рекламы для различных носителей; Демонстрация умения создавать рекламный баннер. Демонстрация организации связи со средствами массовой информации. Широта и обоснованность выбора различных источников профессиональной информации, включая электронные Соответствие объема, структуры и оформления работы предъявленным требованиям и уровню качества. Оперативность поиска. Полнота использования информации, найденной в источниках. Полнота и степень использования специального программного обеспечения для решения профессиональных задач.	Текущий контроль: экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения: - заданий для практических занятий; - заданий для самостоятельной работы. - заданий по практикам; Промежуточная аттестация: Дифференцированный зачет по МДК Квалификационный экзамен по ПМ

	Демонстрация корректного поведения и взаимодействия со студентами, заказчиками и клиентами в ходе обучения. Соблюдение субординации. Аккуратность в работе.	

Рабочая программа
дисциплины

СГ.01 ИСТОРИЯ РОССИИ

2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ***СГ.01 История России*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

И.А. Прохорова преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
1.1. <i>Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</i>	<i>4</i>
1.2. <i>Планируемые результаты освоения дисциплины</i>	<i>4</i>
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2.1. <i>Трудоемкость освоения дисциплины</i>	<i>5</i>
2.2. <i>Содержание дисциплины</i>	<i>6</i>
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	11
3.1 <i>Материально-техническое обеспечение</i>	<i>11</i>
3.2 <i>Учебно-методическое обеспечение</i>	<i>11</i>
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.01 ИСТОРИЯ РОССИИ

1.1 Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Целью учебной дисциплины является формирование представлений об истории России как истории Отечества, ее основных вехах, а также воспитание базовых национальных ценностей уважения к истории, культуре, традициям. Дисциплина имеет также историко-просветительскую направленность, формируя у молодёжи способность и готовность к защите исторической правды и сохранению исторической памяти, противодействию фальсификации исторических фактов.

Дисциплина «История России» включена в обязательную часть социально-гуманитарного цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2 Планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09	- выделять факторы, определившие уникальность становления духовно-нравственных ценностей в России; - анализировать, характеризовать, выделять причинно-следственные связи и пространственно-временные характеристики исторических событий, явлений, процессов с времен образования Древнерусского государства до настоящего времени; - анализировать историческую информацию, руководствуясь принципами научной объективности и достоверности, с целью формирования научно обоснованного понимания прошлого и настоящего России; - защищать историческую правду, не допускать умаления подвига русского народа по защите Отечества;	- ключевые события, основные даты и исторические этапы развития России до настоящего времени; - выдающихся деятелей отечественной истории, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России; - традиционные российские духовно-нравственные ценности; - роль и значение России в современном мире	-

	- демонстрировать готовность противостоять фальсификациям российской истории; - демонстрировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Российского государства		

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	28	14
Самостоятельная работа	2	-
Консультации	2*	
Промежуточная аттестация в форме <i>экзамена</i>	6	-
Всего	36	14

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч. в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1. «Россия – священная наша держава»	Содержание учебного материала	1	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	История гимна и флага России. Становление духовных основ России. Место и роль России в мировом сообществе. Содружество народов России и единство российской цивилизации. Пространство России и его геополитическое, экономическое и культурное значение. Российские инновации и устремленность в будущее	1	
Тема 2. От Руси до России: выбор пути, обретение независимости и становление единого государства	Содержание учебного материала	1	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Экспансия католичества против православия. Русь и Орда. Агрессия Запада: Невская битва и Ледовое побоище. Александр Невский – выбор пути. Собираение русских земель вокруг Москвы. Обретение независимости Руси от Орды. Иван IV – Россия становится царством	1	
Тема 3. Смута и её преодоление	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	В том числе практических занятий:	2	
	Земские соборы – народное представительство и волеизъявление. Причины, ход и последствия Смутного времени. 4 ноября – смысл Дня народного единства, как объединения народов России против внутреннего раскола и иностранной интервенции. Зарождение гражданского и патриотического самосознания в ходе народного ополчения	2	
Тема 4. Восстановление единства русского	Содержание учебного материала	1	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06,
	Угнетение православных русских людей в составе Литвы, Польши, Речи Посполитой. Борьба запорожских казаков под руководством Богдана Хмельницкого за	1	

народа: объединение Великой и Малой Руси	православную веру и единство с Россией. Спасение Малороссии Великой Россией: Земский собор 1653 г., Переяславская Рада 1654 г., Русско-польская война 1654-1667 гг.		OK 09
Тема 5. Пётр Великий. Строитель великой империи	Содержание учебного материала	1	OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 05, OK 06, OK 09
	Консолидация Петром I внутренних сил России с целью ее выхода на широкую мировую арену. Внутренние реформы для развития производительных сил страны и укрепления военной безопасности. Строительство великой империи: цена и результаты. Продолжение освоения Сибири и Дальнего Востока: история русских открытий в сравнении с колониальными захватами западных стран.	1	
Тема 6. Екатерина II: продолжатель великих дел Петра I	Содержание учебного материала	2	OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 05, OK 06, OK 09
	В том числе практических занятий:	2	
	Просвещённый абсолютизм в России. Решение национальных задач: присоединение Крыма, освоение Новороссии, воссоединение Правобережья Днепра и Белоруссии с Россией. Противоречия развития науки и культуры с существующим крепостным правом	2	
Тема 7. От победы над Наполеоном до Крымской войны	Содержание учебного материала	2	OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 05, OK 06, OK 09
	Роль России в спасении Европы от экспансии наполеоновской Франции. Истоки патриотизма народов страны. Расширение границ и статуса великой державы России в первой половине XIX в. «Восточный вопрос». Крымская война, как попытка Запада нанести «стратегическое поражение» России. Память о героях обороны Севастополя. Итоги Крымской войны. Великие реформы Александра II, модернизация страны при Александре III	2	
Тема 8. Гибель империи	Содержание учебного материала	2	OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 05, OK 06, OK 09
	В том числе практических занятий:	2	
	Русская революция 1905-1907 гг. – начало либерального эксперимента над исторической Россией. Первая мировая война и её уроки: герои сражений и мобилизация страны. От Февраля к Октябрю 1917 года: как свергли царя, но сломали государство. Гражданская война: крах идеи мировой революции, но возрождение инстинкта национального самосохранения	2	
Тема 9. От великих	Содержание учебного материала	2	OK 01, OK 02,

потрясений Великой Победе	к Выбор пути развития: восстановления цивилизационного пространства России в виде СССР. Перекосы «коренизации» в союзных республиках и территориальные «подарки» большевиков Украинской ССР. Антирелигиозная кампания. Историческое значение индустриализации. Коллективизация и ее последствия. Поворот в сторону преемственности от дореволюционной России, подъем патриотизма и его выражение в Великой Отечественной войне	2	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
Тема 10. «Вставай, страна огромная»	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	В том числе практических занятий:	2	
	Причины и предпосылки Великой Отечественной войны как составной части Второй мировой войны. Против кого мы сражались: Европа, объединенная под нацистской свастикой. Основные этапы и события Великой Отечественной войны. Патриотический подъем народа. Актуальные уроки: понятие единства фронта и тыла. Защитники Родины и предатели-отщепенцы. Великая Отечественная война в исторической памяти нашего народа. Истоки подвига народов СССР и достижения ими Великой Победы.	2	
Тема 11. В буднях великих строек	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Геополитические результаты победы в Великой Отечественной войне. Возрождение разрушенной экономики, культура и общество СССР после войны. Ликвидация СССР ядерной монополии США и жизнь в условиях навязанной Западом холодной войны. НАТО и Варшавский договор. СССР - лидер борьбы за освобождение стран Азии, Африки и Латинской Америки от колониальной и неоколониальной зависимости. Этапы экономического развития в 1950-1970-х гг.: значение достижений в науке, промышленности и сельском хозяйстве для современной Российской Федерации	2	
Тема 12. От перестройки к кризису, от кризиса к возрождению	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	В том числе практических занятий:	2	
	Причины «перестройки»: роль объективных и субъективных факторов в ее ходе и итогах. Поддержка Западом сепаратизма и радикального национализма: распад СССР – величайшая геополитическая катастрофа. Россия в 1990-е гг.: кризис экономики, обнищание населения и криминализация общества – цена реформ 1990-х гг. Попытка диктата олигархов. Конфликты на Северном Кавказе и других регионах России: опасность распада страны. Россия в условиях установления США однополярного миропорядка: зависимость от экономик западного мира, снижение роли СНГ, разрыв связей с бывшими странами социалистического лагеря. Кризис духовных ценностей у населения России.	2	
Тема 13. Россия. XXI	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02,

век	Запрос на национальное возрождение в обществе. Укрепление патриотических настроений. Владимир Путин. Устранение олигархата от власти и укрепление ее вертикали. Успешная борьба с национальным сепаратизмом, экстремизмом и терроризмом. Курс на суверенную внешнюю политику: от Мюнхенской речи до специальной военной операции. Экономическое возрождение: энергетика, сельское хозяйство, национальные проекты, наукоемкое производство. Возвращение уважения к традиционным ценностям народов России. Национальные проекты. Поправки в конституцию. Поступательное развитие в условиях западных санкций и агрессии НАТО против России руками Украины. Специальная военная операция. Становление Россией и дружественными ей странами многополярного мира в условиях кризиса доминирования США и их союзников.	2	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
Тема 14. История антироссийской пропаганды	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02,
	В том числе практических занятий:	2	ОК 03, ОК 04,
	Истоки русофобии – «сказания иностранцев о России». Ливонская война – становление русофобской мифологии. «Завещание Петра Великого» – антироссийская фальшивка. Пропаганда Наполеона Бонапарта. Либеральная и революционная антироссийская пропаганда в Европе в XIX столетии и роль в ней российской революционной эмиграции. Формирования образа агрессивной и тоталитарной России в США во 2-й пол. XIX в. Образ большевистской угрозы в подготовке гитлеровской агрессии. Антисоветская пропаганда эпохи Холодной войны. Расистские и неонацистские корни пропаганды против СССР и Российской Федерации во второй половине XX в. - начале XXI в. Мифологемы и центры распространения современной русофобии	2	ОК 05, ОК 06, ОК 09
Тема 15. Слава русского оружия	Содержание учебного материала	2	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся:	2	
	Ранние этапы истории российского оружейного дела: государев пушечный двор, тульские оружейники. Значение военно-промышленного комплекса в истории экономической модернизации Российской Империи: Путиловский, Александровский, Обуховский и др. заводы, развитие авиации. Сталинская индустриализация. Пятилетки. ВПК в эпоху Великой Отечественной войны – всё для фронта, всё для победы. Космическая отрасль, авиация, ракетостроение, кораблестроения. Современный российский ВПК и его новейшие разработки	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
Тема 16. Россия	Содержание учебного материала	2	

сегодня	В том числе практических занятий:	2	
	Высокие технологии. Достижения в области искусственного интеллекта. Энергетика. Сельское хозяйство. Освоение Арктики. Развитие сообщений – дороги и мосты. Транспорт. Космос. Перспективы импортозамещения и технологических рывков. Развитие цифровых технологий. Роль гражданственности и патриотической позиции молодежи в достижении Россией полного суверенитета в экономике, культуре, науке. Значение истории для современного гражданина Российской Федерации.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
Консультация. Значение истории для современного гражданина Российской Федерации.		2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Итого 3 семестр:		36	
<i>теоретическое обучение</i>		12	
<i>практические занятия</i>		14	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
<i>консультация</i>		2	
<i>экзамен</i>		6	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Социально-экономических дисциплин», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2 Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Бакирова, А. М. История: учебное пособие для СПО / А. М. Бакирова, Е. Ф. Томина. — Саратов: Профобразование, 2020. — 366 с. — ISBN 978-5-4488-0536-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/91876>

2. Батюк В.И. История: мировая политика: учебник для СПО/ В.И. Батюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2023-386с.

3. Белоусов, Л. С. Всеобщая история. Новейшее время. 10 класс: базовый уровень: учебник / Л. С. Белоусов, В. П. Смирнов, М. С. Мейер. — 5-е изд. — Москва: Просвещение, 2023. — 160 с. — ISBN 978-5-09-110470-7. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/132219>

4. Бугров, К. Д. История России: учебное пособие для СПО / К. Д. Бугров, С. В. Соколов. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2021. — 125 с. — ISBN 978-5-4488-1105-0. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/104903>

5. История отечественного государства и права. XX век — начало XXI века: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией А. П. Альбова, С. В. Николукина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17617-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538111>

6. История России. 1914—1941 годы: учебник для среднего профессионального образования / под редакцией М. В. Ходякова. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 270 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18470-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535091>

7. История новейшего времени: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией В. Л. Хейфеца. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 392 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18213-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534541>

8. История России XX - начала XXI века: учебник для среднего профессионального образования / Д. О. Чураков [и др.]; под редакцией Д. О. Чуракова, С. А. Саркисяна. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва:

Издательство Юрайт, 2024. — 311 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13853-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537298>

9. История России. 1914—1941 годы: учебник для среднего профессионального образования / М. В. Ходяков [и др.]; под редакцией М. В. Ходякова. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 270 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18470-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535091>

10. История России. 1941—2015 годы: учебник для среднего профессионального образования / М. В. Ходяков [и др.]; под редакцией М. В. Ходякова. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 300 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18472-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535093>

11. История России: учебник и практикум для среднего профессионального образования / К. А. Соловьев [и др.]; под редакцией К. А. Соловьева. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15877-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537296>

12. История: учебное пособие для СПО / В. Н. Курятников, Е. Ю. Семенова, Н. А. Татаренкова, В. В. Федотов. — Саратов: Профобразование, 2021. — 433 с. — ISBN 978-5-4488-1226-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/106826>

13. Касьянов, В. В. История России: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 274 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18531-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535276>

14. Кислицын С.А. История (с учетом новой Концепции преподавания истории России): учебник/ С.А. Кислицын, С.И. Самыгин, П.С. Самыгин. - 5-у изд., перераб. и доп. - Москва: КНОРУС, 2024. - 336с. - (Среднее профессиональное образование)

15. Носова, И. В. История России: учебное пособие для СПО / И. В. Носова. — Саратов: Профобразование, 2021. — 187 с. — ISBN 978-5-4488-1178-4. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/106618>

16. Фирсов, С. Л. История России: учебник для среднего профессионального образования / С. Л. Фирсов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 417 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20597-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —

URL: <https://urait.ru/bcode/558450>

17. Харин, А. Н. История мировых цивилизаций: учебник для среднего профессионального образования / А. Н. Харин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 414 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20390-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558056>

18. Шубин, А. В. Всеобщая история. Новейшая история: 10 класс: базовый и углублённый уровни: учебник / А. В. Шубин; под редакцией В. Р. Мединского. — 3-е изд. — Москва: Просвещение, 2023. — 384 с. — ISBN 978-5-09-103597-1. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/132218>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Мединский В.Р. История. России. 1914-1945годы: учебник /В.Р. Мединский, Торкунов А.В Минпросвещения России. - Москва: образовательно- издательский центр «Академия», 2024. - 464с.

2. Мединский В.Р. История. России. 1945 год- начало 21 века: учебник /В.Р. Мединский, Торкунов А.В: Минпросвещения России. - Москва: образовательно- издательский центр «Академия», 2024. - 416с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знает: - ключевые события, основные даты и исторические этапы развития России с древних времен до настоящего времени; - выдающихся деятелей отечественной истории, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России; - традиционные российские духовно - нравственные ценности; - роль и значение России в современном мире.	- показывает знания ключевых событий, основных дат и этапов истории России с древних времен до настоящего времени; - демонстрирует знания о выдающихся деятелях отечественной истории, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России; - показывает знание традиционных российских духовно - нравственных ценностей; - демонстрирует сформированность знаний о роли и значении России в современном мире.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Диагностика (тестирование) Экзамен
Умеет: - выделять факторы, определившие уникальность становления духовно - нравственных основ России; - анализировать, характеризовать, выделять причинно-следственные связи и пространственно - временные характеристики исторических событий, явлений, процессов с времен образования Древнерусского государства до настоящего времени; - анализировать историческую информацию, руководствуясь принципами научной объективности и достоверности, с целью формирования научно обоснованного понимания прошлого и настоящего России; - защищать историческую правду, не допускать умаления подвига русского народа по защите Отечества, - демонстрировать готовность противостоять фальсификациям российской истории; - демонстрировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям русского государства.	- выделяет факторы, определившие уникальность становления духовно - нравственных основ России; - анализирует, характеризует, выделяет причинно-следственные связи и пространственно-временные характеристики исторических событий, явлений, процессов с древних времен до настоящего времени; - демонстрирует умения анализировать историческую информацию, руководствуясь принципами научной объективности и достоверности, с целью формирования научного понимания прошлого и настоящего России; - демонстрирует умения защищать историческую правду, не допускает умаления подвига народа при защите Отечества, - проявляет готовность противостоять фальсификациям Российской истории; - демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям русского государства.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Диагностика (тестирование) Экзамен

Рабочая программа
дисциплины

СГ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ***СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:
Бережная В.Б., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
1.1. <i>Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</i>	<i>4</i>
1.2. <i>Планируемые результаты освоения дисциплины</i>	<i>4</i>
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1. <i>Трудоемкость освоения дисциплины.....</i>	<i>5</i>
2.2. <i>Содержание дисциплины</i>	<i>6</i>
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	11
3.1 <i>Материально-техническое обеспечение</i>	<i>11</i>
3.2 <i>Учебно-методическое обеспечение.....</i>	<i>11</i>
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» включена в обязательную часть социально-гуманитарного цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2 Планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать
ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06	- использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях; - строить свое речевое и неречевое поведение адекватно специфике страны изучаемого языка; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка; - владеть иностранным языком, превышающим пороговый уровень, достаточный для делового общения в рамках выбранной специальности; - общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения; - переводить с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами; - овладение основными видами речевой деятельности в рамках тематического содержания речи; - создавать устные связные монологические высказывания (описание/характеристика), повествование/сообщение) с изложением своего мнения и краткой аргументацией объемом 14-15 фраз в рамках отобранного тематического содержания речи; - вести разные виды диалога (в том числе комбинированный) объемом до 9 реплик; - передавать основное содержание прочитанного текста с выражением своего отношения;	- социокультурную специфику страны/стран изучаемого языка - правила чтения вслух аутентичных текстов объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале; - орфографические правила в отношении изученного лексического материала; - пунктуационные правила (использование запятой при перечислении, обращении и при выделении вводных слов; апостроф; точку, вопросительный и восклицательный знаки; без точки после заголовка); - правила оформления электронного сообщения личного характера; - правила ударения и ритмико-интонационные особенности фраз; - основное значение изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основные способы словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия)

- воспринимать на слух и понимать звучащие до 2,5 минут аутентичные тексты, - читать про себя и понимать несложные аутентичные тексты разного вида, жанра и стиля объемом 600-800 слов, - читать таблицы, диаграммы, графики и понимать представленную в них информацию, - создавать письменные высказывания объемом до 180 слов с опорой на план, картинку, таблицу, графики, диаграммы, прочитанный/прослушанный текст; - составлять электронное сообщение личного характера объемом до 140 слов, соблюдая принятый речевой этикет; - произносить слова с правильным ударением и фразы с соблюдением их ритмико-интонационных особенностей, в том числе применять правила отсутствия фразового ударения на служебных словах; - осмысленно читать вслух аутентичные тексты объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале, с соблюдением правил чтения и интонации; - владеть орфографическими навыками в отношении изученного лексического материала; - понимать основное значение изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основные способы словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенности структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений; - употреблять в устной и письменной речи не менее 1500 лексических единиц (слов, словосочетаний, речевых клише), включая 1350 лексических единиц, освоенных на уровне основного общего образования; - распознавать и употреблять в устной и письменной речи изученные морфологические формы и синтаксические конструкции изучаемого иностранного языка в рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей; - использовать лексико-грамматические средства в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи с учетом речевых различий - соблюдать нормы вежливости в межкультурном общении; - использовать различные приемы переработки информации: при говорении - переспрос; при говорении и письме - описание/ перифраз/	и особенности структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений; - морфологические формы и синтаксические конструкции изучаемого иностранного языка в рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей; - различия в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи; - нормы вежливого общения в межкультурном контексте; - правила информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет

	толкование; при чтении и аудировании – языковую и контекстуальную догадку; - прогнозировать трудности, которые могут возникнуть при решении коммуникативной задачи в рецептивных и продуктивных видах речевой деятельности; - участвовать в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и междисциплинарного характера с использованием материалов на изучаемом иностранном языке и применением ИКТ; - использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме	
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3	- применять современную научную профессиональную терминологию; - понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), - понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на профессиональные темы	- лексический минимум, относящийся к описанию процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; - правила чтения текстов профессиональной направленности

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	112	110
Самостоятельная работа	8	-
Консультации	2*	
Промежуточная аттестация в форме <i>экзамена</i>	6	-
Всего	126	110

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Место и роль дисциплины «Английский язык в профессиональной деятельности» в подготовке специалистов по рекламе.		20/18пр/2с.р.	
Тема 1.1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.	Содержание учебного материала:	10/8пр./2с.р.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06 ПК 1.1
	1. Личностные и профессиональные качества специалиста по рекламе. 2. Требования к специалисту по рекламе. 3. Специфика работы специалиста по рекламе. 4. Основные принципы деятельности в отрасли Реклама. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - грамматические конструкции, типичные для делового стиля.		
	В том числе практических занятий:	8	
	Современный мир специальностей. Проблемы выбора будущей профессии	2	
	Мой выбор этой профессии. Обоснование выбора.	2	
	Составление монологов. Иностранный язык как средство международного общения в современном мире	2	
	Подготовка к собеседованию, составление резюме. Правила поведения на собеседовании.	2	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся	2	
	Составить резюме.		

Тема 1.2 Профессии в рекламе. Место работы.	Содержание учебного материала	10/10пр.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06 ПК 1.1
	1. Место работы. Деловой стиль. 2. Дресс-код, знакомство. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. - рассказ о себе. <i>Грамматика:</i> - грамматические конструкции, типичные для делового стиля - причастия.		
	В том числе практических занятий	10	
	Подготовка устного рассказа о себе, навыках и умениях, составление диалогов.	2	
	Диалог этикетного характера: построение диалога, применение в ситуациях официального и неофициального общения.	2	
	Диалог-расспрос: построение диалога, применение в ситуациях официального и неофициального общения	2	
	Причастие I. Его функции и способы перевода. Причастие II. Его функции и способы перевода.	2	
	Контрольная работа по разделу.	2	
Раздел 2. Реклама. Понятие о рекламе. Виды рекламы.		30/30пр.	
Тема 2.1. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.	Содержание учебного материала:	10/10пр.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1
	1. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме. 2. Функции, классификация рекламы <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связанные с рекламой деятельностью; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - страдательный залог - инфинитив - глаголы с окончанием -ing.		

	В том числе практических занятий:	10	
	Дискуссия на тему: «Английский язык в профессиональном общении».	2	
	Реклама, общество, законодательство в рекламе.	2	
	Виды и инструменты рекламы.	2	
	Подготовка сообщения, дискуссии, презентации «Реклама - за и против»	2	
	Реклама и PR - разбор и активизация в речи терминологии.	2	
Итого 3 семестр:		30	
<i>теоретическое обучение</i>		-	
<i>практические занятия</i>		28	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
Тема 2.2. Виды рекламы.	Содержание учебного материала:	20/20пр.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06 ПК 1.1
	1. Печатная реклама и реклама в СМИ. 2. Наружная реклама. 3. Продакт плейсмент. 4. Социальная реклама. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связанные с видами рекламы - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - условные предложения - инфинитивные обороты - глаголы с окончанием -ing.		
	В том числе практических занятий	20	
	Стилистические приемы при создании текстов для рекламы.	2	
	Фотография и фотосессии. Чтение текстов. Описание фотографии или картины	2	
	Виды рекламы. Печатная и маркетинговая реклама. Общественная реклама и реклама средств массовой информации.	2	
	Наружная реклама. Продакт плейсмент.	2	
	Телевизионная реклама, реклама онлайн и на радио.	2	
	Анализ печатной и наружной рекламы, составление рекламных сообщений для лифлетов и наружной рекламы.	2	
	Анализ и разбор примеров Продакт плейсмент.	2	

	Анализ социальной рекламы, разработка рекламных сообщений для социальной рекламы. Сравнение видов рекламы.	2	
	Сравнение видов рекламы в разных странах.	2	
	Контрольная работа по разделу	2	
Раздел 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.		40/36пр./4с.р.	
Тема 3.1. Интернет реклама. Рекламные носители в Интернете.	Содержание учебного материала:	16/14пр./2с.р.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06 ПК 1.1, ПК 1.2.
	1. Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернете. 2. Понятия: баннер, текстовый блок, байрики, interstitials, минисайты, коллажи и тд. 3. E-mail маркетинг; SMM <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связанные с рекламой в Интернете - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - повелительное наклонение - сложные предложения - правила написания электронных писем		
	В том числе практических занятий	14	
	Рекламная продукция и рекламная услуга. Групповое изучающее чтение текста по теме «Рекламная продукция и рекламная услуга» с извлечением новых речевых оборотов и выражений.	4	
	Интернет как рекламное пространство. Анализ видов рекламных объявлений в Интернете.	2	
	Групповое изучающее чтение текста по теме «Маркетинговые исследования». Выполнение тренировочных лексических упражнений на закрепление специализированной лексики. Написание электронного письма.	2	
	Презентация собственных рекламных акций на английском языке перед аудиторией, обсуждение.	4	
	Контрольная работа	2	

	В том числе самостоятельная работа обучающихся	2		
	Составление собственных рекламных акций на английском языке для презентации перед аудиторией.			
Итого 4 семестр:		36		
<i>теоретическое обучение</i>		-		
<i>практические занятия</i>		34		
<i>самостоятельная работа</i>		2		
Тема 3.2. Средства продвижения товаров и услуг	Содержание учебного материала:	24/22пр./2с.р.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06 ПК 1.2.	
	1. Реклама товаров и услуг, способы продвижения товара, изучение рынка. Правило четырех «Р»			
	2. Прямой маркетинг, выставки-ярмарки.			
	3. Брендинг, основные термины имиджевой рекламы.			
	<i>Лексика:</i>			
	- профессионально-ориентированная лексика;			
	- термины, связанные с имиджевой рекламой			
	- лексика делового общения.			
	<i>Грамматика:</i>			
	- инфинитивные обороты с предлогами			
	- сложные предложения			
	В том числе практических занятий:			22
	Изучение способов исследования рынка. Подготовка отчета.			4
	Реклама и продажи. Цифровые каналы продвижения товаров и услуг.			4
	Стилистические приемы и особенности при создании описания товара для рекламы, информации для выставки-ярмарки.			2
	Способы привлечения клиентов. Правило четырех «Р».			2
Подготовка описания товара, поста в социальных сетях, информации для выставки, составление диалогов.	4			
Изучение особенностей имиджевой рекламы на примере разных брендов. Перевод описания товара и слоганов.	4			
Контрольная работа, тест	2			
В том числе самостоятельная работа обучающихся	2			
Составление поста в социальных сетях на английском языке.				

Итого 5 семестр: <i>теоретическое обучение</i> <i>практические занятия</i> <i>самостоятельная работа</i>		24 - 22 2	
Раздел 4. Разработка рекламной кампании.		28/26пр./2с.р.	
Тема 4.1. Разработка рекламной кампании.	Содержание учебного материала:	20/18пр./2с.р.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06 ПК 1.2
	1. Рекламный бриф. 2. Планирование рекламной кампании, ее этапы. 3. Определение целевой аудитории. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика, используемая для написания брифов - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - условные предложения 2 и 3 типа, - сложные предложения		
	В том числе практических занятий:	18	
	Определение и концепции рекламных стратегий. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста	2	
	Как разработать рекламную кампанию. Этапы разработки рекламной кампании.	2	
	Планирование рекламной кампании, ее этапы.	2	
	Составление схемы этапов рекламной кампании	2	
	Целевая аудитория. Изучение и составление портрета целевой аудитории.	4	
	Написание рекламного текста для социальных сетей, направленное на разные целевые аудитории.	4	
	Чтение рекламных брифов, составление проектов брифов.	2	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся	2	
	Составление рекламного брифа на английском языке.		
	Содержание учебного материала:	8/8пр.	

Тема 4.2. Оценка эффективности рекламной кампании	1. Анализ рынка. 2. Изучение конкурентов. 3. Оценка эффективности. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика, используемая для написания аналитических отчетов - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - сложные предложения - согласование времен		ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ПК 1.2, ПК 1.3.
	В том числе практических занятий:	8	
	Анализ рынка. Критерии эффективности рекламной кампании.	2	
	Изучение конкурентов. Описание компаний конкурентов по плану.	2	
	Изучить примеры и дополнить оценку эффективности РК.	2	
	Контрольная работа, тест	2	
Консультация	Подготовка к экзамену	2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Итого 6 семестр:		36	
<i>теоретическое обучение</i>		-	
<i>практические занятия</i>		26	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
<i>консультация</i>		2	
<i>экзамен</i>		6	
Всего:		126	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Иностранного языка», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2 Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Аитов, В. Ф. Английский язык (A1-B1+): учебник для среднего профессионального образования / В. Ф. Аитов, В. М. Аитова, С. В. Кади. — 13-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 234 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08943-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562662>

2. Архипович, Т. П. Английский язык для гуманитариев (B1): учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. П. Архипович, В. А. Короткова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 746 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17591-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545068>

3. Безкоровая Г.Т. Учебник английского языка для учреждений СПО / Г.Т. Безкоровая, Н.И. Соколова, Е.А. Кайранская. - М.: «Академия», 2022г.

4. Грабарник, К. Л. Английский язык. Практическая фонетика: учебное пособие для среднего профессионального образования / К. Л. Грабарник, И. И. Опешанская. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 114 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19703-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556935>

5. Иванова, О. Ф. Английский язык. Пособие для самостоятельной работы учащихся (B1 — C1): учебное пособие для среднего профессионального образования / О. Ф. Иванова, М. М. Шиловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 357 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15795-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541537>

6. Карпова Т.А. Английский язык для колледжей: учебное пособие / Т.А. Карпова. – Москва: КНОРУС, 2023.

7. Краснова, Т.И. Английский язык для специалистов в области интернет-технологий. English for Internet Technologies: учебник для среднего профессионального образования / Т. И. Краснова, В. Н. Вичугов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16921-8. — Текст:

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564394>

8. Кузьменкова, Ю. Б. Английский язык (A2–B2): учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Б. Кузьменкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 412 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09154-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560706>

9. Куряева, Р. И. Английский язык. Лексика и грамматика: учебник для среднего профессионального образования / Р. И. Куряева. — 8-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 497 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16553-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568527>

10. Левченко, В. В. Английский язык. General English: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Левченко, Е. Е. Долгалёва, О. В. Мещерякова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 149 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16157-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561011>

11. Невзорова, Г. Д. Английский язык. Грамматика: учебник для среднего профессионального образования / Г. Д. Невзорова, Г. И. Никитушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09886-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562160>

12. Чиронова, И. И. Английский язык для медиаспециальностей (B1-B2): учебник для среднего профессионального образования / И. И. Чиронова, Е. В. Кузьмина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21634-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581851>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знает: - социокультурную специфику страны/стран изучаемого языка - правила чтения вслух аутентичных текстов объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале; - орфографические правила в отношении изученного лексического материала; - пунктуационные правила (использование запятой при перечислении, обращении и при выделении вводных слов; апостроф; точку, вопросительный и восклицательный знаки; без точки после заголовка); - правила оформления электронного сообщения личного характера; - правила ударения и ритмико-интонационные особенности фраз; - основное значение изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основные способы словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенности структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений; - морфологические формы и синтаксические конструкции изучаемого иностранного языка в рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей; - различия в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи; - нормы вежливого общения в межкультурном контексте; - правила информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет - лексический минимум, относящийся к описанию процессов профессиональной деятельности;	- знание и понимание современной научной и профессиональной терминологии в сфере рекламы; - знание орфографических и пунктуационных правил - знание правил чтения текстов профессиональной направленности	Экспертное наблюдение за обучающимися на практических занятиях, при решении ситуационных задач, выполнении домашних заданий, при участии в ролевых деловых играх; при подготовке и участии в собеседованиях, дискуссиях, при подготовке рефератов, докладов, компьютерных презентаций и т.д. Оценка выполнения контрольных работ. Экзамен

- особенности произношения; - правила чтения текстов профессиональной направленности		
Умеет: - использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях; - строить свое речевое и неречевое поведение адекватно специфике страны изучаемого языка; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка; - владеть иностранным языком, превышающим пороговый уровень, достаточный для делового общения в рамках выбранной специальности; - общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения; - переводить с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами; - овладение основными видами речевой деятельности в рамках тематического содержания речи; - создавать устные связные монологические высказывания (описание/характеристика), повествование/сообщение) с изложением своего мнения и краткой аргументацией объемом 14-15 фраз в рамках отобранного тематического содержания речи; - вести разные виды диалога (в том числе комбинированный) объемом до 9 реплик; - передавать основное содержание прочитанного текста с выражением своего отношения; - воспринимать на слух и понимать звучащие до 2,5 минут аутентичные тексты, - читать про себя и понимать несложные аутентичные тексты разного вида, жанра и стиля объемом 600-800 слов,	- владение монологической и диалогической речью (неподготовленное общение с речевым партнером); - правильность чтения текстов общекультурного характера; - воспроизведение и употребление в речи лексических единиц в соответствии с коммуникативной задачей. - умение осуществлять поиск рекламных идей; - умение разрабатывать авторские рекламные проекты; - умение составлять и оформлять тексты рекламных объявлений; - умение планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	Оценка результатов деятельности обучающихся на практических занятиях, при решении ситуационных задач, выполнении домашних заданий, при участии в ролевых деловых играх; при подготовке и участии в собеседованиях, дискуссиях, при подготовке рефератов, докладов, компьютерных презентаций и т.д. Оценка выполнения контрольных работ. Экзамен

- читать таблицы, диаграммы, графики и понимать представленную в них информацию, - создавать письменные высказывания объемом до 180 слов с опорой на план, картинку, таблицу, графики, диаграммы, прочитанный/прослушанный текст; - составлять электронное сообщение личного характера объемом до 140 слов, соблюдая принятый речевой этикет; - произносить слова с правильным ударением и фразы с соблюдением их ритмико-интонационных особенностей, в том числе применять правила отсутствия фразового ударения на служебных словах; - осмысленно читать вслух аутентичные тексты объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале, с соблюдением правил чтения и интонации; - владеть орфографическими навыками в отношении изученного лексического материала; - понимать основное значение изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основные способы словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенности структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений; - употреблять в устной и письменной речи не менее 1500 лексических единиц (слов, словосочетаний, речевых клише), включая 1350 лексических единиц, освоенных на уровне основного общего образования; - распознавать и употреблять в устной и письменной речи изученные морфологические формы и синтаксические конструкции изучаемого иностранного языка в рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей;		

- использовать лексико-грамматические средства в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи с учетом речевых различий - соблюдать нормы вежливости в межкультурном общении; - использовать различные приемы переработки информации: при говорении - переспрос; при говорении и письме - описание/ перифраз/ толкование; при чтении и аудировании – языковую и контекстуальную догадку; - прогнозировать трудности, которые могут возникнуть при решении коммуникативной задачи в рецептивных и продуктивных видах речевой деятельности; - участвовать в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и межпредметного характера с использованием материалов на изучаемом иностранном языке и применением ИКТ; - использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме - применять современную научную профессиональную терминологию; - понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), - понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на профессиональные темы		

Рабочая программа
дисциплины

СГ.03 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины **СГ.03 Безопасность жизнедеятельности** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Евстафьев М. Е., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. <i>Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</i>	<i>4</i>
1.2. <i>Планируемые результаты освоения дисциплины</i>	<i>4</i>
2. Структура и содержание ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1. <i>Трудоемкость освоения дисциплины</i>	<i>5</i>
2.2. <i>Содержание дисциплины</i>	<i>6</i>
3. Условия реализации ДИСЦИПЛИНЫ	12
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	<i>12</i>
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение</i>	<i>12</i>
4. Контроль и оценка результатов освоения ДИСЦИПЛИНЫ.....	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.03 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»: формирование и пропаганда знаний, направленных на защиту человека в техносфере от негативных опасностей (воздействий) антропогенного и естественного происхождения и достижение комфортных или безопасных условий жизнедеятельности.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» включена в обязательную часть социально-гуманитарного цикла образовательной программы по специальности.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 07	- соблюдать нормы экологической безопасности на рабочем месте; - использовать на рабочем месте средства индивидуальной защиты от поражающих факторов при ЧС; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задач и/или проблем поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении ЧС - участвовать в работе коллектива, команды, взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами для создания человеко- и природозащитной среды осуществления профессиональной деятельности; - действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени;	- актуальный профессиональный и социальный контекст поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении ЧС; - область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы; - порядок применения современных средств и устройств информатизации и цифровых инструментов в обеспечении безопасности жизнедеятельности и защиты окружающей среды в процессе решения задач социальной и профессиональной деятельности; - психологические аспекты деятельности трудового	

	- соблюдать правила поведения и порядок действий населения по сигналам гражданской обороны; - владеть общей физической и строевой подготовкой, навыками обязательной подготовки к военной службе; - выполнять мероприятия доврачебной помощи пострадавшим; - демонстрировать основы оказания первой доврачебной помощи пострадавшим; - осуществлять профилактику инфекционных заболеваний; - определять показатели здоровья и оценивать физическое состояние	коллектива и личности для минимизации опасностей и эффективного управления рисками ЧС на рабочем месте.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	64	48
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	4	-
Промежуточная аттестация в <i>форме дифференцированного зачета*</i>	2*	2*
Всего	68	48

Примечание:

* - часы входят в состав учебных и практических занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности и поведение человека в чрезвычайных ситуациях		10/4пр./2с.р.	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
Тема 1.1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности	Содержание учебного материала	2	
	Цели и задачи изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности». Разновидности опасностей современного мира. Защита человека и окружающей среды от опасностей. Сущность понятия «безопасность жизнедеятельности». Возникновение и развитие научных представлений о человеко- и природо-защитной деятельности. Представление о системе «человек – среда обитания», ее структуре и функциональных связях. Системы безопасности и их структура. Вред, ущерб – виды и характеристики. Нормы экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности. Способы минимизации угрозы потерь, вызываемых нарушениями норм безопасности жизнедеятельности на рабочем месте. Алгоритмы поддержания безопасных условий жизнедеятельности на рабочем месте	2	
Тема 1.2. Безопасное поведение человека в чрезвычайных ситуациях	Содержание учебного материала	8	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	Понятие и общая классификация чрезвычайных ситуаций. ЧС природного, техногенного и социального характера. Общие правила безопасного поведения в ЧС и особенности безопасного поведения в процессе выполнения профессиональных функций. Действия населения по сигналам гражданской обороны.	2	

	Порядок применения современных средств и устройств информатизации и цифровых инструментов в обеспечении безопасного поведения в чрезвычайных ситуациях в процессе выполнения профессиональных функций		
	В том числе практических занятий	4	
	Использование на рабочем месте средств индивидуальной защиты от поражающих факторов при ЧС	2	
	Правила поведения и действия по сигналам гражданской обороны	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Классификация чрезвычайных ситуаций.	2	
Раздел 2. Основы военной службы		28/20пр.	
Тема 2.1 Основы военной безопасности Российской Федерации	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	Россия в современном мире, оборона страны как обязательное условие мирного социально-экономического развития Российской Федерации и обеспечение её военной безопасности. Военная служба в исторической ретроспективе и перспективе. Виды Вооруженных Сил Российской Федерации, рода войск, история их создания, их основные задачи. Руководство и управление Вооруженными Силами. Организация обороны Российской Федерации	2	
Тема 2.2. Организационные и правовые основы военной службы в Российской Федерации	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	Военная служба как вид федеральной государственной службы и разновидность профессиональной служебной деятельности: особенности и предназначение. Правовой статус военнослужащих. Права и обязанности военнослужащих. Социальное обеспечение военнослужащих. Понятие и сущность воинской обязанности. Воинский учет граждан. Призыв граждан на военную службу. Медицинское освидетельствование и обследование граждан при постановке их на воинский учет и при призыве на военную службу. Обязательная и добровольная подготовка граждан к военной службе. Начало, срок и окончание военной службы. Увольнение с военной службы. Прохождение	2	

	военной службы по призыву, по контракту. Альтернативная гражданская служба. Ответственность военнослужащих. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации		
	В том числе практических занятий	2	
	Самоподготовка будущего призывника к осуществлению военной деятельности	2	
Тема 2.3. Основы строевой и физической подготовки	Содержание учебного материала	6	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	В том числе практических занятий	6	
	Строевая подготовка: строи и управление ими, строевые приемы и движение без оружия, строевые приемы и движение с оружием, выполнение воинского приветствия, выход из строя и возвращение в строй, подход к начальнику и отход от него, строи отделения, действия военнослужащих у автомобилей и на автомобилях.	2	
	Цель и задачи физической подготовки, содержание, средства физической подготовки. Этапы проведения физической подготовки военнослужащих.	2	
	Техника выполнения физических упражнений и формирования двигательных навыков. Основные формы проведения физической подготовки: учебные занятия, утренняя физическая зарядка, попутные физические тренировки.	2	
Тема 2.4. Основы огневой подготовки	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	Понятие «огневая подготовка». Требования к организации, порядку и мерам безопасности во время стрельб и тренировок. Правила безопасного обращения с оружием. Изучение условий выполнения упражнения начальных стрельб из стрелкового оружия. Способы удержания оружия и правильность прицеливания. Материальная часть автомата Калашникова, разборка, сборка, чистка, смазка и хранение автомата, осмотр и подготовка автомата к стрельбе, ведение огня из автомата, ручные осколочные гранаты	2	
	В том числе практических занятий	2	
	Отработка начальных навыков обращения с оружием.	2	

Тема 2.5. Основы тактической подготовки	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	В том числе практических занятий	2	
	Основы общевойскового боя. Основные понятия общевойскового боя (бой, удар, огонь, маневр). Виды маневра. Походный, предбоевой и боевой порядок действия подразделений. Оборона, ее задачи и принципы. Наступление, задачи и способы	2	
Тема 2.6. Основы военной топографии	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	В том числе практических занятий	2	
	Местность как элемент боевой обстановки. Тактические свойства местности, основные её разновидности и влияние на боевые действия войск. Сезонные изменения тактических свойств местности. Типы укрытий на разных типах местности (горная, степь, лес и т.д.)	2	
Тема 2.7. Основы инженерной подготовки	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	В том числе практических занятий	2	
	Порядок оборудования позиции отделения. Назначение, размеры и последовательность оборудования окопа для стрелка. Шанцевый инструмент, его назначение, применение и сбережение	2	
Тема 2.8. Основы военно-медицинской подготовки. Тактическая медицина	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	Виды боевых ранений и опасность их получения. Состав и назначение штатных и подручных средств первой помощи. Алгоритм оказания первой помощи при различных состояниях, в т.ч. боевых ранений. Условные зоны оказания первой помощи: характеристика особенностей «красной», «желтой» и «зеленой» зон. Объем мероприятий первой помощи в каждой зоне. Порядок выполнения мероприятий первой помощи в каждой зоне.	2	
	В том числе практических занятий	2	
	Общие принципы оказания первой медико-санитарной помощи. Методы доврачебной реанимации	2	

Тема 2.9. Символы воинской чести. Боевые традиции Вооруженных Сил России	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	В том числе практических занятий	2	
	Боевое Знамя части – символ воинской чести, доблести и славы. Боевые традиции Вооруженных сил РФ. Ордена – почетные награды за воинские отличия в бою и заслуги в военной службе. Ритуалы Вооруженных Сил Российской Федерации. Патриотизм и верность воинскому долгу. Дружба, войсковое товарищество.	2	
Раздел 3. Основы медицинских знаний		28/22пр./2с.р.	
Тема 3.1. Общие правила оказания первой помощи	Содержание учебного материала	12	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	Оценка состояния пострадавшего. Общая характеристика поражений организма человека от воздействия опасных факторов. Общие правила и порядок оказания первой медицинской помощи. Первая доврачебная помощь при различных повреждениях и состояниях организма. Транспортная иммобилизация и транспортирование пострадавших при различных повреждениях	2	
	В том числе практических занятий	10	
	Общие принципы оказания первой медико-санитарной помощи. Методы доврачебной реанимации	2	
	Первая помощь при отсутствии сознания, при остановке дыхания и отсутствии кровообращения (остановке сердца)	2	
	Первая помощь при наружных кровотечениях, при травмах различных областей тела	2	
	Первая помощь при ожогах и воздействии высоких температур, при воздействии низких температур	2	
	Первая помощь при попадании инородных тел в верхние дыхательные пути, при отравлениях	2	
Тема 3.2.	Содержание учебного материала	8	ОК 01,

Профилактика инфекционных заболеваний	Из истории инфекционных болезней. Классификация инфекционных заболеваний. Общие признаки инфекционных заболеваний. Естественный микробный фон кожи. Патогенные микроорганизмы. Бессимптомная латентная инфекция. Инфекционные заболевания и бактерионосительство. Периоды протекания инфекционных заболеваний. Воздушно-капельные инфекции. Желудочно-кишечные инфекции. Пищевые отравления бактериальными токсинами. Определение понятия «иммунитет». Виды и подвиды иммунитета. Антигены и антитела. Формы приобретенного иммунитета.	2	ОК 02, ОК 04, ОК 07
	В том числе практических занятий	6	
	Иммунитет и восприимчивость к инфекционным заболеваниям. Методы иммунопрофилактики.	2	
	Общие принципы профилактики инфекционных заболеваний.	2	
	Правила госпитализации инфекционных больных	2	
Тема 3.3. Обеспечение здорового образа жизни	Содержание учебного материал	6	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 07
	В том числе практических занятий	6	
	Здоровье и факторы его формирования. Здоровый образ жизни и его составляющие. Двигательная активность и здоровье. Питание и здоровье.	2	
	Показатели здоровья и факторы, их определяющие.	2	
	Оценка физического состояния	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Вредные привычки. Факторы риска.	2	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2	
Итого 4 семестр:		68	
<i>теоретическое обучение</i>		16	
<i>практические занятия</i>		48	
<i>самостоятельная работа</i>		4	
Всего:		68	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Безопасности жизнедеятельности», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Безопасность жизнедеятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под общей редакцией В. П. Соломина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 413 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19943-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560762>

2. Безопасность жизнедеятельности. Вредные факторы производственной среды: учебное пособие для СПО / И. И. Павлов, М. С. Павлова, Е. С. Абрамова, С. С. Абрамов. — Саратов: Профобразование, 2024. — 121 с. — ISBN 978-5-4488-1698-7. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/133489>

3. Безопасность жизнедеятельности: практикум для СПО / составители С. М. Гребенкин, В. А. Майнингер. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 87 с. — ISBN 978-5-4497-2205-8. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/131103>

4. Безопасность жизнедеятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Абрамова [и др.]; под общей редакцией В. П. Соломина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 413 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19943-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557358>

5. Белов, С. В. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность): учебник для среднего профессионального образования / С. В. Белов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 638 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16455-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568497>

6. Беляков, Г. И. Основы обеспечения жизнедеятельности и выживание в чрезвычайных ситуациях: учебник для среднего профессионального образования / Г. И. Беляков. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 641 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17728-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561871>

7. Ветошкин, А. Г. Безопасность жизнедеятельности: учебное пособие / А. Г. Ветошкин. — Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2022. — 308 с. — ISBN 978-5-9729-0991-9. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/124002>

8. Каракеян В.И. Безопасность жизнедеятельности: учебник и практикум для СПО. /В.И. Каракеян, И.М. Никулина. — 5-е изд., стер. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. -327с.

9. Каракеян, В. И. Безопасность жизнедеятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17843-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560734>

10. Каракеян, В. И. Организация безопасности в чрезвычайных ситуациях: учебник для среднего профессионального образования / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 138 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17934-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561117>

11. Константинов, Ю. С. Безопасность жизнедеятельности. Ориентирование: учебник для среднего профессионального образования / Ю. С. Константинов, О. Л. Глаголева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 329 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08075-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563241>

12. Косолапова Н.В. Безопасность жизнедеятельности учебник/ Н.В. Косолапов, Н.А. Прокопенко. — 9-е изд., стер. — Москва: КНОРУС, 2023 - 192с. - (среднее профессиональное образование).

13. Михайлиди, А. М. Безопасность жизнедеятельности и охрана труда на производстве: учебное пособие для СПО / А. М. Михайлиди. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 111 с. — ISBN 978-5-4488-0964-4, 978-5-4497-0809-0. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/100492>

14. Михайлиди, А. М. Безопасность жизнедеятельности и охрана труда на производстве: учебное пособие для СПО / А. М. Михайлиди. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2024. — 120 с. — ISBN 978-5-4488-1333-7. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/137705>

15. Мисюк, М. Н. Основы медицинских знаний: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Мисюк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-17442-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536769>

16. Микрюков, В. Ю., Основы военной службы: учебник / В. Ю. Микрюков, В. Г. Шамаев. — Москва: КноРус, 2023. — 505 с. — ISBN 978-5-406-10496-5. — URL: <https://book.ru/book/945216>

17. Резчиков, Е. А. Безопасность жизнедеятельности: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 638 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20029-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566419>

18. Резчиков, Е. А. Безопасность жизнедеятельности: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 639 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17400-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542696>

19. Суворова, Г. М. Безопасность жизнедеятельности. Психологические основы безопасности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. М. Суворова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 174 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17247-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532700>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Родионова, О. М. Медико-биологические основы безопасности. Охрана труда: учебник для среднего профессионального образования / О. М. Родионова, Е. В. Аникина, Б. И. Лавер, Д. А. Семенов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 599 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17182-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538055>

2. Суворова, Г. М. Методика обучения безопасности жизнедеятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. М. Суворова, В. Д. Горичева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09079-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538524>

3. Официальный сайт МЧС РФ [Электронный ресурс] - URL: <http://www.mchs.gov.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знает: - актуальный профессиональный и социальный контекст поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени; - порядок применения современных средств и устройств информатизации и цифровых инструментов в обеспечении безопасности жизнедеятельности и защиты окружающей среды в процессе решения задач социальной и профессиональной деятельности; - психологические аспекты деятельности трудового коллектива и личности для минимизации опасностей и эффективного управления рисками ЧС на рабочем месте; - нормы экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - основы военной безопасности и обороны государства; - организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке; - основы строевой, огневой и тактической подготовки; - область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы; - боевые традиции Вооруженных Сил России; - характеристики поражений организма человека от воздействий опасных факторов;	владеет знаниями о безопасных условиях жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени; знает порядок применения современных средств и устройств информатизации и цифровых инструментов в обеспечении безопасности жизнедеятельности и защиты окружающей среды в процессе решения задач социальной и профессиональной деятельности ориентируется в психологических аспектах деятельности трудового коллектива и личности для минимизации опасностей и эффективного управления рисками ЧС на рабочем месте. знает нормы экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; демонстрирует знания об основах военной безопасности и обороны государства; не уклоняется от службы в рядах ВС РФ; демонстрирует владение основами строевой, огневой и тактической подготовки; применяет профессиональные знания при исполнении обязанностей военной службы; демонстрирует знания боевых традиций Вооруженных Сил России; владеет знаниями о последствиях поражений организма человека от воздействий опасных факторов; демонстрирует приемы оказания первой медико-санитарной помощи, владеет методами доврачебной реанимации; правильно классифицирует инфекционные заболевания	Письменный и устный опрос. Тестирование. Оценка результатов выполнения практических работ Промежуточная аттестация

- классификацию и общие признаки инфекционных заболеваний; - факторы формирования здорового образа жизни.	демонстрирует знания основ здорового образа жизни	
Умеет: - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задач и/или проблем поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении ЧС; - участвовать в работе коллектива, команды, взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами для создания человеко- и природозащитной среды осуществления профессиональной деятельности; - действовать в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени; - соблюдать нормы экологической безопасности на рабочем месте; - использовать на рабочем месте средства индивидуальной защиты от поражающих факторов при ЧС; - соблюдать правила поведения и порядок действий населения по сигналам гражданской обороны; - владеть общей физической и строевой подготовкой, навыками обязательной подготовки к военной службе; - выполнять мероприятия первой доврачебной помощи пострадавшим; - демонстрировать основы оказания первой доврачебной помощи пострадавшим - осуществлять профилактику инфекционных заболеваний; - определять показатели здоровья и оценивать физическое состояние.	демонстрирует умение выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задач и/или проблем поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении ЧС; эффективно участвует в работе коллектива, команды, взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами для создания человеко- и природозащитной среды осуществления профессиональной деятельности; соблюдает нормы экологической безопасности на рабочем месте; правильно использует на рабочем месте средства индивидуальной защиты от поражающих факторов при ЧС; правильно соблюдает правила поведения и порядок действий населения по сигналам гражданской обороны; демонстрирует общую физическую и строевую подготовку, навыки обязательной подготовки к военной службе; быстро и правильно выполняет мероприятия первой доврачебной помощи пострадавшим; демонстрирует основы оказания первой доврачебной помощи пострадавшим владеет принципами профилактики инфекционных заболеваний; определяет показатели здоровья и оценивает физическое состояние.	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ. Оценка результатов выполнения практических работ

Рабочая программа
дисциплины

СГ.04 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ***СГ.04 Физическая культура*** разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности ***42.02.01 Реклама***

Разработчики:

Еремкин Н.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

Жалобовская Н.Н., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	39
1.1. <i>Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</i>	<i>39</i>
1.2. <i>Планируемые результаты освоения дисциплины</i>	<i>39</i>
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	40
2.1. <i>Трудоемкость освоения дисциплины.....</i>	<i>40</i>
2.2. <i>Содержание дисциплины</i>	<i>41</i>
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	<i>13</i>
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение.....</i>	<i>473</i>
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	494

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.04 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «Физическая культура»: формирование у студентов компетенций в области физической культуры.

Дисциплина «Физическая культура» включена в обязательную часть социально-гуманитарного цикла образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 08	- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; - применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; - пользоваться средствами профилактики перенапряжения характерными для данной специальности	- роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; - основы здорового образа жизни; - условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; - средства профилактики перенапряжения

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
<i>Учебные занятия</i>	118	116
теоретическое обучение	2	-
<i>Самостоятельная работа</i>		-
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	2*	2*
Всего	118	116

Примечание:

* - входят в число учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий, курсовая работа (проект)	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
2 курс – 66 часов		66/64пр.	
Раздел 1.	Легкая атлетика. Осенний период	12/10пр.	ОК 08
Тема 1.1. Общекультурное и социальное значение физической культуры.	Содержание учебного материала	2	
	Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека. Основы здорового образа жизни. Условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности. Средства профилактики перенапряжения	2	
Тема 1.2 Легкая атлетика	Содержание учебного материала		
	Практические занятия	10пр.	
	1. Техника бега на средние и длинные дистанции. Высокий старт: старт, стартовый разгон, бег по дистанции и финиширование	2	
	2. Высокий старт и стартовый разгон. Техника бега по повороту. Бег по дистанции и финиширование. Бег по дистанции и финиширование. Кроссовая подготовка	2	
	3. Высокий старт, стартовый разгон, бег по дистанции и финиширование. Техника бега на средние и длинные дистанции. Эстафета	2	
	4. Техника бега низкого старта по прямой. Кроссовая подготовка, бег на подъемах и спусках.	2	

	5. Низкий старт, стартовый разгон, финиширование. Бег 100м. Кроссовая подготовка	2	
Раздел 2.	Спортивные игры	34/34пр.	
Тема 2.1. Волейбол	Содержание учебного материала		ОК 08
	Практические занятия	18 пр.	
	1. Изучение стойки и перемещений игрока. Обучение передаче мяча двумя руками сверху на месте и в движении	2	
	2. Обучение передачи мяча двумя руками сверху и снизу на месте и в движении. Обучение нижней прямой подачи	2	
	3. Верхняя и нижняя передачи мяча двумя руками.	2	
	4. Обучение перебивания мяча через сетку двумя руками сверху и кулаком стоя на месте и в прыжке.	2	
	5. Совершенствование техники передачи мяча двумя рука сверху после перемещения. Изучение техники нижней прямой и боковой передач.	2	
	6. Совершенствование техники нижней прямой и боковой передач. Верхняя прямая подача. Нападающий удар.	2	
	7. Совершенствование передачи мяча двумя руками сверху, снизу стоя на месте и в движении. Одиночное блокирование	2	
	8. Совершенствование подачи, нижняя прямая, верхняя прямая. Нападающий удар, одиночное блокирование.	2	
	9. Прием мяча сверху, снизу после подачи. Учебная игра	2	
Итого 3 семестр:		30	
<i>теоретические занятия</i>		2	
<i>практические занятия</i>		28	
Тема 2.2 Баскетбол	Содержание учебного материала		ОК 08
	Практические занятия	16пр.	

	1. Совершенствование ловле и передаче мяча двумя руками от груди на месте. Штрафные броски	2	
	2. Совершенствование остановкам прыжком и двумя шагами. Совершенствование ловли и передачи мяча одной и двумя руками на месте.	2	
	3. Передвижения приставными шагами, остановки. Совершенствование передач мяча одной или двумя руками над головой.	2	
	4. Обучение ведению мяча на месте с высоким и низким отскоком с переводом мяча в другую руку. Штрафной бросок.	2	
	5. Совершенствование передач мяча на месте и в движении. Обучение броску мяча одной рукой с места от плеча	2	
	6. Обучение ведению мяча на месте с высоким и низким отскоком с переводом мяча в другую руку.	2	
	7. Совершенствование передач мяча на месте и в движении. Штрафной бросок. Учебная игра	2	
	8. Ведение мяча с изменением скорости и направления. Штрафной бросок. Учебная игра.	2	
Раздел 3. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП)		8/8пр	
Тема 3.1. Сущность и содержание ППФП в достижении высоких профессиональных результатов	Практические занятия	8пр.	ОК 08
	1. Закрепление профессионально значимых двигательных действий Строевые упражнения. Комплекс упражнений для различных групп мышц. Силовая эстафета	2	
	2. Формирование профессионально значимых физических качеств Комплекс упражнений с отягощением. Прыжки через скакалку, на время.	2	
	3.Строевые упражнения. Комплекс упражнений для различных групп мышц. Висы: перекладина высокая, низкая. Эстафета «Метко в цель».	2	
	4.Комплекс упражнений с повышенной амплитудой. Прыжки: на месте и с продвижением вперед. Наклон на гибкость.	2	

Раздел 4. Легкая атлетика. Весенний период		12/12пр.	
Тема 4.1. Легкая атлетика	Содержание учебного материала		ОК 08
	Практические занятия	12пр.	
	1. Техника старта бегуна, принимающего эстафетную палочку на 2, 3, 4 этапах. Техника передачи и приема эстафетной палочки на повороте и прямой	2	
	2. Старты – низкий и высокий, передача и прием эстафетной палочки. Эстафета 4X100 м. Кроссовая подготовка	2	
	3. Низкий старт, стартовый разгон, финиширование. Бег 100м. Кроссовая подготовка	2	
	4. Техника бега низкого старта по прямой. Кроссовая подготовка, бег на подъемах и спусках.	2	
	5. Техника бега на средние и длинные дистанции. Высокий старт: старт, стартовый разгон, бег по дистанции и финиширование. Техника бега по повороту. Кроссовая подготовка.	2	
	6. Техника бега на длинные дистанции. Бег 2000м(девочки); 3000м(юноши).	2	
Итого 4 семестр:		36	
<i>теоретические занятия</i>		-	
<i>практические занятия</i>		36	
3 курс – 52 час		52/52пр.	
Раздел 1. Легкая атлетика. Осенний период		12/12пр.	ОК 08
Тема 1.1. Легкая атлетика	Содержание учебного материала		
	Практические занятия	12пр.	
	1. Высокий старт, стартовый разгон, бег по дистанции и финиширование. Техника бега на средние и длинные дистанции. Эстафета	2	
	2. Высокий старт и стартовый разгон. Бег по дистанции и финиширование. Кроссовая подготовка	2	

	3. Техника бега низкого старта по прямой. Кроссовая подготовка, бег на подъемах и спусках.	2	
	4. Низкий старт, стартовый разгон, финиширование. Бег 100м. Кроссовая подготовка	2	
	5. Старты – низкий и высокий, передача и прием эстафетной палочки. Эстафета 4X100 м. Кроссовая подготовка	2	
	6. Эстафета 4X100 м. Кроссовая подготовка	2	
Раздел 2. Спортивные игры		24/24пр.	
Тема 2.1. Волейбол	Содержание учебного материала		ОК 08
	Практические занятия	14пр.	
	1. Верхняя и нижняя передачи мяча двумя руками. Обучение перебивания мяча через сетку двумя руками сверху и кулаком стоя на месте и в прыжке.	2	
	2. Совершенствование техники нижней прямой и боковой передач. Верхняя прямая подача.	2	
	3. Совершенствование верхней передачи мяча двумя руками сверху, стоя на месте и в движении.	2	
	4. Изучение техники нижней передачи мяча двумя руками на месте и в движении.	2	
	5. Совершенствование верхней передачи мяча двумя руками сверху, снизу, стоя на месте и в движении. Поддача нижняя прямая, верхняя прямая.	2	
	6. Совершенствование подачи, нижняя прямая, верхняя прямая. Нападающий удар, одиночное блокирование.	2	
	7. Прием мяча сверху, снизу после подачи. Учебная игра	2	
Итого 5 семестр:		26	
<i>теоретические занятия</i>		-	
<i>практические занятия</i>		26	
Тема 2.2. Баскетбол	Содержание учебного материала		ОК 08
	Практические занятия	10пр.	
	1. Совершенствование передвижений приставными шагами, остановок. Совершенствование передач мяча одной или двумя руками над головой.	2	

	2. Обучение ловле и передаче мяча двумя руками от груди на месте. Штрафные броски	2	
	3. Обучение ведению мяча на месте с высоким и низким отскоком с переводом мяча в другую руку. Учебная игра	2	
	4. Совершенствование передач мяча на месте и в движении. Штрафной бросок. Учебная игра	2	
	5. Ведение мяча с изменением скорости и направления. Штрафной бросок. Учебная игра.	2	
Раздел 3. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП)		6/6пр.	
Тема 3.1. Сущность и содержание ППФП в достижении высоких профессиональных результатов	Содержание учебного материала		ОК 08
	Практические занятия	6пр.	
	1. Строевые упражнения. Комплекс упражнений атлетической гимнастики, для различных групп мышц. Силовая эстафета	2	
	2. Комплекс упражнений с отягощением. Прыжки через скакалку, на время. Полоса препятствий.	2	
	3. Строевые упражнения. Комплекс упражнений для различных групп мышц. Висы: перекладина высокая, низкая.	2	
Раздел 4. Легкая атлетика. Весенний период		8/8пр.	
Тема 4.1. Легкая атлетика	Практические занятия	8пр.	ОК 08
	1. Техника старта бегуна, принимающего эстафетную палочку на 2, 3, 4 этапах.	2	
	2. Техника передачи и приема эстафетной палочки на повороте и прямой.	2	
	3. Низкий старт, стартовый разгон, финиширование. Бег 100м. Кроссовая подготовка	2	
	4. Техника бега низкого старта по прямой. Кроссовая подготовка, бег на подъемах и спусках.	2	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2пр.	
Итого 6 семестр:		26	
<i>теоретические занятия</i>		-	
<i>практические занятия</i>		26	
Всего:		118	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Спортивный зал, оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Аллянов, Ю. Н. Физическая культура: учебник для среднего профессионального образования / Ю. Н. Аллянов, И. А. Письменский. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 450 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18496-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —

URL: <https://urait.ru/bcode/562057>

2. Алхасов Д.С. Теория и история культуры и спорта: учебник и практикум для СПО/ Д.С. Алхасов. — 2-е изд., испр. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2023. -216 с.

3. Алхасов, Д. С. Теория и история физической культуры и спорта: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. С. Алхасов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 216 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15307-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563631>

4. Бегидова, Т. П. Теория и организация адаптивной физической культуры: учебник для среднего профессионального образования / Т. П. Бегидова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 181 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16755-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563606>

5. Германов, Г. Н. Методика обучения предмету «Физическая культура». Легкая атлетика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Н. Германов, В. Г. Никитушкин, Е. Г. Цуканова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 461 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05784-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539515>

6. Муллер, А. Б. Физическая культура: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Б. Муллер, Н. С. Дядичкина, Ю. А. Богащенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 424 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02612-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560907>

7. Пельменев, В. К. История физической культуры: учебник для среднего профессионального образования / В. К. Пельменев, Е. В. Конеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 184 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13023-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565672>

8. Самостоятельная работа студента по физической культуре: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Л. Кондаков [и др.]; под редакцией В. Л. Кондакова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19296-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556261>

9. Физическая культура: учебник для среднего профессионального образования / под редакцией Е. В. Конеевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 609 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18616-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565611>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знать: - роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; - основы здорового образа жизни; - условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; - средства профилактики перенапряжения Уметь: - использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; - применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; - пользоваться средствами профилактики перенапряжения характерными для данной специальности	понимает роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; ведёт здоровый образ жизни; понимает условия деятельности и знает зоны риска физического здоровья для данной специальности; проводит индивидуальные занятия физическими упражнениями различной направленности использует физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности.	Устный опрос. Тестирование. Результаты выполнения контрольных нормативов Оценка результатов выполнения заданий дифференцированного зачёта Экспертное наблюдение за ходом выполнения комплекса упражнений.

Рабочая программа
дисциплины

СГ.05 ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ***СГ.05 Основы финансовой грамотности*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

О.А. Пилипенко, преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	53
1.1. <i>Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</i>	<i>53</i>
1.2. <i>Планируемые результаты освоения дисциплины</i>	<i>53</i>
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	55
2.1. <i>Трудоемкость освоения дисциплины.....</i>	<i>55</i>
2.2. <i>Содержание дисциплины</i>	<i>56</i>
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	59
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	<i>59</i>
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение.....</i>	<i>59</i>
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	59

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.05 ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «Основы финансовой грамотности»: формирование общей функциональной экономической и финансовой грамотности, овладение методами и инструментами экономических и финансовых расчетов для решения практических задач.

Дисциплина «Основы финансовой грамотности» включена в обязательную часть социально-гуманитарного цикла образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01 ОК 02 ОК 03	- применять знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях, профессиональной деятельности и организации предпринимательской деятельности, для планирования и развития собственного профессионального и личностного развития; - составлять семейный бюджет и разрабатывать финансовый план, рассчитывать сроки осуществления финансовых планов - производить оплату с применением различных видов платежных средств - определять выгодность использования различных продуктов банков для различных целей - выбирать продукты страхования - оформлять налоговую декларацию - оформлять документы для получения налогового вычета, рассчитывать его размер	- структуру семейного бюджета и экономики семьи - структуру банковской системы и предлагаемых ею продуктов: кредит и депозит, инвестирование. - расчетно-кассовые операции, дистанционные формы банковского обслуживания. - виды платежных средств - страхование и его виды - налоги (понятие, виды налогов, налоговые вычеты, налоговая декларация) - правовые нормы для защиты прав потребителей финансовых услуг - признаки мошенничества на финансовом рынке в отношении физических лиц	-

	- выявлять и пресекать случаи мошенничества на финансовом рынке.	- основы предпринимательства.	
ПК 2.2	- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	34	16
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	2	-
Промежуточная аттестация в <i>форме тестирования</i>	2*	2*
Всего	36	16

Примечание

*- входят в часы учебных и практических занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Раздел 1. Личное финансовое планирование		12/4пр.	
Тема 1.1. Личный финансовый план	Содержание	4/2пр.	ОК 01-ОК 03 ПК 2.2
	Модели финансового поведения россиян. Человеческий капитал. Домашняя бухгалтерия. Личный бюджет. Структура, способы составления и планирования личного бюджета. Учет личных финансов: анализ активов и пассивов. Личный финансовый план: финансовые цели, стратегия и способы их достижения	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	Деловой практикум. Составляем личный финансовый план и бюджет	2	
Тема 1.2. Депозит и его роль в личном финансовом плане	Содержание	2	ОК 01-ОК 03 ПК 2.2
	Банк и банковские депозиты. Влияние инфляции на стоимость активов. Порядок сбора и анализа информации о банке и банковских продуктах. Как читать и заключать договор с банком. Управление рисками по депозиту.	2	
Тема 1.3. Кредит и его основные характеристики	Содержание	4/2пр.	ОК 01-ОК 03 ПК 2.2
	Понятие кредитования. Принципы кредитования (платность, срочность, возвратность). Виды банковских кредитов для физических лиц. Потребительский кредит. Автокредит. Ипотечный кредит. Кредитные карты. Карты рассрочки. Порядок сбора и анализа информации о кредитных продуктах.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	Анализ кредитного продукта. Риски кредитования.	2	

Тема 1.4. Расчетно-кассовые операции	Содержание	2	ОК 01-ОК 03 ПК 2.2
	Хранение, обмен и перевод денег – банковские операции для физических лиц. Виды платежных средств. Чеки, дебетовые карты, кредитные карты, электронные деньги – инструменты денежного рынка. Правила безопасности при пользовании банкоматом. Формы дистанционного банковского обслуживания.	2	
Раздел 2. Особенности страховой, налоговой и пенсионной систем РФ		12/4пр./2с.р.	
Тема 2.1. Страхование и инвестиции	Содержание	4	ОК 01-ОК 03 ПК 2.2
	Структура страхового рынка в России. Страховые услуги. Участники договора страхования. Виды личного страхования. Страхование гражданской ответственности. Страховые компании, услуги для физических лиц.	2	
	Инвестиции, способы инвестирования для физических лиц. Сроки и доходность инвестиций. Учет инвестиций в личном финансовом плане.	2	
Тема 2.2. Налоговая и пенсионная систем РФ	Содержание	8/4пр./2с.р.	ОК 01-ОК 03 ПК 2.2
	Понятие государственной пенсионной системы. Накопительная и страховая часть пенсии. Место пенсионных накоплений в личном бюджете и личном финансовом плане. Характеристика и назначение налоговой системы РФ. Налоговая декларация.	2	
	В том числе самостоятельная работа обучающегося	2	
	Подготовка сообщений на тему: Государственная пенсионная система. Характеристика и назначение налоговой системы РФ		
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	1. Инвестиции в будущую пенсию	2	
	2. Налоги и применение налоговых вычетов	2	
Раздел 3. Личная финансовая безопасность		10/6пр.	
Тема 3.1. Финансовые махинации	Содержание	4/2пр.	ОК 01-ОК 03 ПК 2.2
	Признаки и виды финансовых пирамид. Правила личной финансовой безопасности. Виды финансового мошенничества.	2	

	Мошенничество с инвестициями. Мошенничество с кредитами. Мошенничество с наличными деньгами. Защита от мошеннических действий.		
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	Кейс: Заманчивое предложение	2	
Тема 3.2 Создание собственного бизнеса	Содержание	6/4пр.	ОК 01-ОК 03 ПК 2.2
	Понятие бизнеса. Стартап: особенности и история возникновения. Стадии развития стартапа. Бизнес-план и бизнес-идея. Назначение бизнес-плана. Цель бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Особенности отдельных разделов бизнес- плана.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	Разработка и презентация бизнес - идеи	2	
	Разработка отдельных разделов бизнес- плана.	2	
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы/теста		2пр.	
Итого в 5 семестре:		36	
<i>теоретическое обучение</i>		18	
<i>практические занятия</i>		16	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
Всего		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Основы финансовой грамотности», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Елизарова, Н. В. Основы финансовой грамотности: учебник для СПО / Н. В. Елизарова. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 127 с. — ISBN 978-5-4488-1591-1, 978-5-4497-2038-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/127843>

2. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материал для обучающихся. / А.О. Жданова, Е.Н. Савицкая. — М.: ВАКО, 2020 г. — 400с.

3. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: методические материалы. / А.О. Жданова, Е.Н. Савицкая. — М.: ВАКО, 2020 г. — 400с.

4. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. / А.О. Жданова, Е.Н. Савицкая. — М.: ВАКО, 2020 г. — 400с.

5. Фрицлер, А. В. Основы финансовой грамотности: учебник для среднего профессионального образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16794-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567612>

6. Фрицлер, А. В. Финансовая грамотность: 10—11 классы: учебник для среднего общего образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 139 с. — (Общеобразовательный цикл). — ISBN 978-5-534-17006-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568454>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Видео-уроки <http://www.fgramota.org/video/?video=avto>
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей»
3. Министерство финансов Российской Федерации <https://minfin.gov.ru/ru/>
4. Пенсионный фонд Российской Федерации <https://pfr.gov.ru>
5. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
6. Центральный Банк Российской Федерации <https://cbr.ru>
7. Электронная книга и финансовая игра <http://www.fgramota.org>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знает: - структуру семейного бюджета и экономики семьи - структуру банковской системы и предлагаемых ею продуктов: кредит и депозит, инвестирование - расчётно-кассовые операции, дистанционные формы банковского обслуживания - виды платёжных средств - страхование и его виды - налоги (понятие, виды налогов, налоговые вычеты, налоговая декларация) - правовые нормы для защиты прав потребителей финансовых услуг - признаки мошенничества на финансовом рынке в отношении физических лиц - основы предпринимательства - важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.	Применяет знания о составных частях семейного бюджета при формировании финансового плана. Применяет знания о продуктах, предлагаемых банковской системой при принятии решения об использовании конкретных продуктов. Демонстрирует знания о видах платёжных средств, страховании и его видах, налогах, правовых нормах по защите прав потребителей финансовых услуг, признаках мошенничества на финансовом рынке в отношении физических лиц.	Тестирование по темам курса Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ.
Умеет: - применять знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях, профессиональной деятельности и организации предпринимательской деятельности, для планирования и развития собственного профессионального и личностного развития - составлять семейный бюджет и разрабатывать финансовый план, рассчитывать сроки осуществления финансовых планов	Понимает этапы составления бизнес-плана, умеет его анализировать. Решает задачи на определение инвестиционной привлекательности коммерческих предложений.	Тестирование по темам курса Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ.

- производить оплату с применением различных видов платежных средств - определять выгодность использования различных продуктов банков для различных целей - выбирать продукты страхования - оформлять налоговую декларацию - оформлять документы для получения налогового вычета, рассчитывать его размер - выявлять и пресекать случаи мошенничества на финансовом рынке - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.		

Рабочая программа
дисциплины

СГ.06 ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Рабочая программа учебной дисциплины ***СГ.06 Основы бережливого производства*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

И.А. Прохорова, преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины.....	7
2.2. Содержание дисциплины	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	12
3.1 Материально-техническое обеспечение	12
3.2 Учебно-методическое обеспечение.....	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.06 ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «Основы бережливого производства»: формирование представлений об основных принципах и методах бережливого производства.

Дисциплина «Основы бережливого производства» включена в обязательную часть социально-гуманитарного цикла образовательной программы по специальности.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 07	- определять основные виды деятельности на рабочем месте и применение необходимого оборудования; - использовать теоретические знания системы бережливого производства в сфере профессиональной деятельности; - использовать эффективные методы для снижения различных видов потерь; - определять перспективы развития в профессиональной сфере; - проводить анализ первичной информации по состоянию производственного потока на предприятии; - выделять профессионально-значимую информацию (в рамках своей специальности); - задавать вопросы, указывающие на отсутствие информации, необходимой для решения задачи; - выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией; - грамотно и этично выражать мысли;	- основные принципы системы бережливого производства; - основные методы организации производства на основе концепции бережливого производства, основные виды потерь, их источники и способы их устранения, правила построения потоков создания ценности и способы их оптимизации, инструменты бережливого производства; - производственные потоки создания ценности в организации; - методы сокращения потерь от внедрения технологии бережливого производства; - методы внедрения технологии бережливого производства; - особенности осуществления управления	-

	- отстаивать собственное мнение в соответствии с ситуацией; - включаться в коллективное обсуждение рабочей ситуации; - учитывать особенности разработки и внедрения бережливого производства в проектах, предлагать систему мероприятий по поддержке проектов бережливого производства в рамках программ социально-экономического развития регионов; - применять на практике полученные навыки в области разработки и реализации проектов бережливого производства; - определять масштабы внедрения бережливого производства при разработке проекта.	совершенствованием организации; - особенности инструментов бережливого производства при разных вариантах организации системы; - методы разработки программы совершенствования производства, единой терминологии в области бережливого производства; - теоретические основы бережливого производства: цели, задачи.	
ПК 1.1	- осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; - организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.	- основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; - пути обеспечения ресурсосбережения; - принципы бережливого производства; - основные направления изменения климатических условий региона.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	34	12
Самостоятельная работа	2	-
Промежуточная аттестация в форме <i>защиты проекта</i>	2*	2*
Всего	36	12

Примечание:

* - входят в число учебных и практических занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических занятий	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Бережливое производство как модель повышения эффективности деятельности предприятия		6	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 07 ПК 1.1
Тема 1.1. Современные системы бережливого производства	Содержание учебного материала	2	
	Возникновение системы бережливого производства LP (Lean Production): цели, задачи и развитие. Основатель концепции бережливого производства Тайити Оно. Концепция бережливого производства. Комплексный подход в бережливом производстве. Сравнение традиционного подхода и бережливого производства. Ключевые понятия бережливого производства	2	
Тема 1.2. Принципы бережливого производства	Содержание учебного материала	4	
	Производственная система Toyota: изучение принципов и инструментов TPS (Toyota Production System). Современные системы бережливого производства. Стратегическая направленность. Ориентация на создание ценности для потребителя. Организация потока создания ценности для потребителя. Постоянное улучшение. Вытягивание. Сокращение потерь. Визуализация и прозрачность.	2	
	Приоритетное обеспечение безопасности. Построение корпоративной культуры на основе уважения к человеку. Встроенное качество. Принятие решений, основанных на фактах. Установление долговременных отношений с поставщиками. Соблюдение стандартов.	2	
Раздел 2. Организация внедрения модели бережливого производства на предприятии		18/8 пр.	
Тема 2.1.	Содержание учебного материала	4/2пр	ОК 01

Основные инструменты бережливого производства	Инструменты бережливого производства (Система TPM, Система 5S). Система TPM (TotalProductiveMaintenance) - всеобщий уход за оборудованием. Система 5S (сортировка, соблюдение порядка, содержание в чистоте). Инструменты бережливого производства (Пока-ёка, JIT, Jidoka). «Пока-ёка» - метод предотвращения потерь. JIT (just-in-time - «точно вовремя»). Jidoka – методика сокращения дефектов	2	ОК 02 ОК 04 ОК 07 ПК 1.1
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие №1 Организация рабочего пространства по системе 5S (визуализация и упорядочение)	2	
Тема 2.2 Принципы непрерывного совершенствования – Кайдзен	Содержание учебного материала	4/2пр	
	Понятие «Кайдзен». Обоснование потребности организации в системе Кайдзен. Бережливое производство и система Кайдзен. Кайдзен и концепция «шесть сигм». Кайдзен и кривая опыта. Практика использования отдельных инструментов системы Кайдзен. Кайдзен-блиц, техника делегирования, улучшение управления временем.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие №2 Деловая игра: «Разработка кайдзен – предложений по повышению эффективности выполнения заказа» (командное выполнение)	2	
Тема 2.3 Технологии анализа процессов создания ценности	Содержание учебного материала	6/2пр	
	Карта потока создания ценности. Правила построения карты потока создания ценности. Метод «5 Почему?». Принцип построения диаграммы «Спагетти». Принцип построения диаграммы Исикавы. Принцип построения диаграммы Ганта.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие №3 Построение карты потока создания ценностей при реализации проекта. (отрабатывается в рамках УП и ПП)	2	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся:	2	
	Построение диаграмм Исикавы и Ганта	2	
Тема 2.4	Содержание учебного материала	4/2пр	

Виды потерь и методы их устранения	Виды потерь, источники их возникновения. Понятие муда (потери). Система 3М: Муда, Мури, Мура. Причины образования потерь. Природа потерь. Мероприятия по искоренению потерь. Управление рабочим пространством	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Поиск потерь в производственном процессе Практическое занятие №4 Выработка практических навыков обнаружения потерь при выполнении заказа. Разработка предложений по сокращению потерь. (отрабатывается в рамках УП и ПП)	2	
Раздел 3. Управление проектами бережливого производства и их эффективность		10/2 пр.	
Тема 3.1. Проектирование работ по внедрению систем бережливого производства	Содержание учебного материала	2	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 07 ПК 1.1
	Проектирование работ по внедрению систем бережливого производства. Управление текущим производственным процессом при реализации проекта. Управление персоналом при реализации проекта. Анализ методик внедрения принципов бережливого производства. Адаптация принципов бережливого производства к специфике организации. Типовые ошибки применения подходов бережливого производства в проектах	2	
Тема 3.2. Бережливая логистика реализации проектов при	Содержание учебного материала	4/2пр	
	Бережливая логистика при реализации проектов. Система логистики «точно во - время». Управление совершенствованием организации: современные подходы. Особенности работы с персоналом в ходе освоения бережливого производства. Особенности организации работы при работе с потребителями услуг.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие №5 Проектирование логистических операций от принятия заказа до его сдачи заказчику по системе «just-in-time»	2	
Тема 3.3. Ключевые показатели эффективности бережливого производства	Содержание учебного материала	2	
	Понятие «Ключевые показатели эффективности (KPI)». Ключевые показатели эффективности: этапы работ и их содержание. Этапы внедрения системы KPI. Перечень основных требований, предъявляемых к ключевым показателям эффективности при реализации проекта. Подходы к разработке ключевых показателей эффективности. Наиболее распространенные KPI и система их измерения/расчета.	2	

Тема 3.4. Основные проблемы внедрения моделей бережливого производства	Содержание учебного материала	2	
	Сопротивление изменениям. Причины отставания внедрения бережливого производства на предприятиях РФ. Пять мифов бережливого производства. Непонимание концепции бережливого производства. Обязательные этапы для внедрения бережливого производства. Отсутствие ожидания от внедрения бережливого производства. Системное использование оборудования при внедрении бережливого производства. Непонимание взаимосвязи бережливого производства с другими методиками.	2	
Промежуточная аттестация в форме защиты проекта		2пр.	
Итого 6 семестр:		36	
<i>теоретическое обучение</i>		22	
<i>практические занятия</i>		12	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
Всего		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Основ бережливого производства», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К

3.2 Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Ключев, А. В. Бережливое производство: учебное пособие для СПО / А. В. Ключев; под редакцией И. В. Ершовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 87 с. — ISBN 978-5-4488-0447-2, 978-5-7996-2900-7. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/139518>

2. Староверова, К. О. Основы бережливого производства: учебник для среднего профессионального образования / К. О. Староверова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 74 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16473-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568518>

3. Управление запасами: многофакторная оптимизация процесса поставок: учебник для среднего профессионального образования / Г. Л. Бродецкий, В. Д. Герами, А. В. Колик, И. Г. Шидловский. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 322 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10776-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541745>

4. Царенко, А. С. Основы "бережливого производства" в государственном управлении: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Царенко, О. Ю. Гусельникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 204 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20123-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581199>

3.2.2. Дополнительные источники

3. Гарант: информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

4. КонсультантПлюс: информационно-правовая система [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знает: - основные принципы системы бережливого производства; - основные методы организации производства на основе концепции бережливого производства, основные виды потерь, их источники и способы их устранения, правила построения потоков создания ценности и способы их оптимизации, инструменты бережливого производства; - производственные потоки создания ценности в организации; - методы сокращения потерь от внедрения технологии бережливого производства; - методы внедрения технологии бережливого производства; - особенности осуществления управления совершенствованием организации; - особенности инструментов бережливого производства при разных вариантах организации системы; - методы разработки программы совершенствования производства, единой терминологии в области бережливого производства; - теоретические основы бережливого производства: цели, задачи.	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения; оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения; оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала; оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Диагностика (тестирование) Защита проекта
Умеет: - определять основные виды деятельности на рабочем месте и применение необходимого оборудования; - использовать теоретические знания системы бережливого производства в сфере профессиональной деятельности; - использовать эффективные методы для снижения различных видов потерь; - определять перспективы развития в профессиональной сфере; - проводить анализ первичной информации по состоянию производственного потока на предприятии;	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения; оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения; оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала; оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Диагностика (тестирование) Защита проекта

- выделять профессионально-значимую информацию (в рамках своей специальности); - задавать вопросы, указывающие на отсутствие информации, необходимой для решения задачи; - выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией; - грамотно и этично выражать мысли; - отстаивать собственное мнение в соответствии с ситуацией; - включаться в коллективное обсуждение рабочей ситуации; - учитывать особенности разработки и внедрения бережливого производства в проектах, предлагать систему мероприятий по поддержке проектов бережливого производства в рамках программ социально-экономического развития регионов; - применять на практике полученные навыки в области разработки и реализации проектов бережливого производства; - определять масштабы внедрения бережливого производства при разработке проекта.	вопросы или не справляется с ними самостоятельно.	

Рабочая программа
дисциплины

ОП.01 ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ, РИСУНКА, ЖИВОПИСИ В
РЕКЛАМЕ

2025 г.

Рабочая программа ***ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, и участием в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

Разработчик:

..., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	3
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	3
1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП.....	8
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины.....	8
2.2. Содержание дисциплины.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение	12
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.01 ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ, РИСУНКА, ЖИВОПИСИ В РЕКЛАМЕ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе** является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09	- применять правила композиции для создания рекламных визуальных образов, - выполнять быстрые рисунки для изображения идеи и композиции, - упрощать изображения, - выбирать цветовое решение	- основы композиции для создания рекламных визуальных образов, - технику выполнения быстрого рисунка-скетч, - приемы стилизации изображения, - гармонию цвета
ПК 3.2	- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет	- виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
ПК 4.1	- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.	- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в

		социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК 4.2	определять оригинальность идеи для рекламной кампании; - подбирать и использовать визуальные идеи фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК	- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	48	36
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	2	-
Консультации	2*	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6	6
Всего	56	36

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Композиция в рекламе		18/14пр.	
Тема 1.1 Художественные средства построения композиции.	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2.
	Виды композиций. Композиционные приемы и правила размещения рекламного контента на различных рекламных носителях (основные композиционные приемы, текст как элемент композиции, текстуры фактуры.) Построение графической композиции с выявлением динамики, статики, симметрии, асимметрии. Построение графической композиции с выявлением контраста, ритма, метра. Гармония и центр композиции. Равновесие. Композиционный центр в рекламном плакате. Приемы ассоциативной композиции в рекламе.	2	
	В том числе практических занятий	6	
	Практическая работа №1 Выполнение рекламных постеров с применением классических приемов композиции	4	
	Практическая работа №2 Выполнение рекламного постера с применением ассоциативной композиции с сюжетной направленностью"	2	
Тема 1.2 Форма и контрформа.	Содержание учебного материала:	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2.
	Форма и контрформа. Оптическая иллюзия, оптические компенсация. Пропорции, масштабность, формат. Модуль и модульность: модульная сетка, паттерн, мудборд	2	
	В том числе практических занятий	8	
	Практическая работа №3 Выполнение упражнения по компенсации черного на белом и белого на черном – «выворотка»	2	
	Практическая работа № 4. Выполнение упражнения на формирование системы пропорций в тексте.	2	

	Практическая работа № 5. Выполнение шрифтового паттерна	2	
	Практическая работа № 6. Составление мудборда на заданную тему с предварительным построением модульной сетки.	2	
Раздел 2. Рисунок в рекламе		20/14пр./2с.р.	
Тема 2.1 Скetch, набросок, эскиз	Содержание учебного материала:	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2.
	Скetch, набросок, эскиз	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическая работа № 7 Выполнение быстрых композиций на заданную тему в скетче	4	
Тема 2.2 Виды стилизации изображения, процесс упрощения.	Содержание учебного материала:	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2.
	Понятие стилизации и стиля. Виды стилизации изображения, процесс упрощения. Стилизация природных форм. Стилизация объекта по собственным свойствам и заданным свойствам. Объект «дерево». Иконический знак. Структура иконического знака.	2	
	В том числе практических занятий	10	
	Практическая работа № 8. Выполнение стилизации изображения предмета или животного, создание графического паттерна.	10	
	Самостоятельная работа	2	
	Задание на применение различных способов формализации, условности, стилизации с использованием различных материалов «Предметная композиция» Форэскиз, эскиз.	2	
Раздел 3 Живопись в рекламе		10/8пр.	
Тема.3.1. Гармония цвета.	Содержание учебного материала:	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2.
	Круг Иттена. Гармония цвета. Цвет как художественное средство рекламы. Свойства цвета в рекламе. Цвет и психология. Психология восприятия и выбор цвета для определенной тематики рекламного проекта. Цветовое решение в рекламе.	2	
	В том числе практических занятий	8	
	Практическая работа №9	8	

	Выполнение цифрового цветного рекламного постера на заданную тему с применением приемов гармонии цвета.		
Консультации	Просмотр. Подготовка к экзамену	2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Итого в 4 семестре:		56	
в том числе			
<i>теоретическое обучение</i>		10	
<i>практические занятия</i>		36	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
<i>консультации</i>		2	
<i>экзамен</i>		6	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинеты «Основы композиции в рекламе», «Рисунка и живописи в рекламе», оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные издания и электронные издания

1. Барышников, А. П. Основы композиции: учебник для среднего профессионального образования / А. П. Барышников, И. В. Лямин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 196 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18150-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568811>

2. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика: учебное пособие для вузов / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 116 с.

3. Вибер, Ж. Живопись и ее средства: учебник для среднего профессионального образования / Ж. Вибер. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 171 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19302-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/579601>

4. Дубровин, В. М. Основы изобразительного искусства. Композиция: учебник для среднего профессионального образования / В. М. Дубровин; под научной редакцией В. В. Корешкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 313 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18016-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566341>

5. Киплик, Д. И. Техника живописи: учебник для среднего профессионального образования / Д. И. Киплик. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09962-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565154>

6. Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика: учебник для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567852>

7. Ли Н.Г. Рисунок. Основы учебного академического рисунка: учебник. / Н.Г. Ли. — Москва: Издательство Эксмо. — 2023.- 189с.

8. Основы дизайна и композиции: современные концепции: учебник для среднего профессионального образования / ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565340>

9. Плешивцев, А.А. Рисунок. Основы композиции и техническая акварель: учебное пособие для СПО / А. А. Плешивцев. — 2-е изд. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-1964-3, 978-5-4497-2861-6. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/138330>

10. Рерберг, Ф. И. Художник о красках / Ф. И. Рерберг. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 210 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12644-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543333>

11. Скакова А.Г. Рисунок и живопись: учебник для СПО/ А.Г. Скакова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 164 с.: [36] с. цв. вкл. — (Профессиональное образование).

12. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись: учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 128 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565955>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знает: - основы композиции для создания рекламных визуальных образов, - технику выполнения быстрого рисунка-скетч, - приемы стилизации изображения, - гармонию цвета	использовать композиционные приемы в работе над визуальными образами, технику выполнения быстрого рисунка-скетч, приемы стилизации изображения, гармонию цвета	Оценка результатов выполнения практической работы Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы итоговый просмотр, экзамен
Умеет: - применять правила композиции для создания рекламных визуальных образов, - выполнять быстрые рисунки для изображения идеи и композиции, - упрощать изображения, - выбирать цветовое решение	выбирать композиционные приемы для работы над визуальными образами, выполнять быстрые рисунки для изображения идеи и композиции в работе с рекламными носителями, упрощать изображения для использования стилизации в разработке знаков, выбирать аргументированное цветовое решение	Оценка результатов выполнения практической работы Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы итоговый просмотр, экзамен

Рабочая программа
дисциплины

ОП.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2025 г.

Рабочая программа **ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Панькина А.А, преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	3
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	3
1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП.....	8
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины.....	8
2.2. Содержание дисциплины.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение	12
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности** является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 05	- использовать пакеты прикладных программ для разработки конструкторской документации и проектирования технологических процессов	- состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - основные правила и методы работы с пакетами прикладных программ
ПК 3.2	- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет	- виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
ПК 3.3	- использовать поисковые системы интернета; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с	- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет

	использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы;	
ПК 4.3	- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа	- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	78	70
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	4	-
Консультации	2*	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6	6
Всего	88	70

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Знакомство с основным программным обеспечением ПК		20/16 пр./2с.р.	
Тема 1.1 Знакомство с основным программным обеспечением ПК	Содержание учебного материала	20/16 пр./2с.р.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 ПК 3.3
	Правила техники безопасности и санитарные нормы при работе в компьютерном классе.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	16	
	Практическое занятие №1 Краткое знакомство с аппаратным обеспечением ПК. Основные клавиши Windows	2	
	Практическое занятие №2 Особенности работы в Microsoft Word в профессиональной деятельности	4	
	Практическое занятие №3 Правила форматирования текстовых документов по ГОСТ. Создание оглавления	2	
	Практическое занятие №4 Особенности работы в Microsoft Excel в профессиональной деятельности	4	
	Практическое занятие №5 Особенности работы в Microsoft Power Point в профессиональной деятельности	4	
Самостоятельная работа обучающихся		2	
Раздел 2 Векторная графика в Adobe Illustrator		60/54 пр/ 2с.р.	
Тема 2.1 Векторная графика в Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	60/54 пр/ 2с.р.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Виды Компьютерной графики. Интерфейс программы Adobe Illustrator.	2	
	Настройки программы Adobe Illustrator. Размеры монтажных областей.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	54	
	Практическое занятие №6 Инструменты создания и трансформации простых объектов. Графические примитивы.	2	

Практическое занятие №7 Инструменты рисования и заливки. Работа с цветовой палитрой.	2	
Практическое занятие №8 Преобразование объекта в кривые. Работа с опорными точками.	2	
Практическое занятие №9 Создание объектов при помощи инструмента Pen (Перо)	4	
Итого в 3 семестре:	34	
В том числе		
<i>теоретическое обучение</i>	6	
<i>практические занятия</i>	26	
<i>самостоятельная работа</i>	2	
Практическое занятие №10 Создание объектов при помощи инструмента Кривизна.	2	
Практическое занятие №11 Работа с палитрой Слои. Создание многослойного изображения.	2	
Практическое занятие №12 Работа с палитрой Образцы. Работа с библиотеками цветов. Создание новых образцов.	2	
Практическое занятие №13 Работа с цветовым кругом Adobe Color. Подбор правильных цветовых сочетаний.	2	
Практическое занятие №14 Работа с палитрой Градиент и инструментом Градиент. Создание собственных градиентных заливок.	2	
Практическое занятие №15 Работа с палитрой Оформление. Создание множественных заливок и обводок.	2	
Практическое занятие №16 Группировка и Комбинирование объектов, работа с палитрой Обработка контуров (Pathfinder).	2	
Практическое занятие №17 Работа с инструментом Сетка перспективы	2	
Практическое занятие №18 Работа с объектами 3D	2	
Практическое занятие №19 Работа с палитрой символы	2	
Практическое занятие №20 Работа с инструментом Создание фигур.	2	
Практическое занятие №21 Работа с инструментом Быстрая заливка	2	
Практическое занятие №22 Подключение и настройка графического планшета	2	
Практическое занятие №23 Работа с инструментом с инструментом Карандаш, Сглаживание, Кисть - клякса.	2	

	Практическое занятие №24 Работа с инструментами Карандаш, Сглаживание и Ширина	2	
	Практическое занятие №25 Работа с Объектными кистями	2	
	Практическое занятие №26 Создание своей объектной кисти	2	
	Практическое занятие №27 Работа с дискретными кистями	2	
	Практическое занятие №28 Работа с инструментом Сетчатый градиент	2	
	Практическое занятие №29 Создание многослойных изображений и использованием настроек прозрачности	2	
	Практическое занятие №30 Выполнение итогового задания	2	
	Практическое занятие №31 Просмотр итоговых работ. Подведение итогов.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Консультация	Подготовка к экзамену	2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Итого в 4 семестре:		54	
В том числе			
<i>теоретическое обучение</i>		-	
<i>практические занятия</i>		44	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
<i>консультация</i>		2	
<i>экзамен</i>		6	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лаборатория «Информационных технологий», оснащенная в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные издания и электронные издания

1. Информационные технологии: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова; ответственный редактор В. В. Трофимов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 546 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18341-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568882>

2. Куприянов, Д. В. Информационное обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Куприянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 236 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20826-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558828>

3. Мамонова, Т. Е. Информационные технологии. Лабораторный практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Е. Мамонова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 178 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07791-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516847>

4. Михеева Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Е.В. Михеева, О.Т. Титов. -5-е изд., стер. - — Москва: Издательский центр Академия, 2023- 416с.

5. Плахотникова, М. А. Информационные технологии в менеджменте: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. А. Плахотникова, Ю. В. Вертакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 326 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09488-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562054>

6. Советов, Б. Я. Информационные технологии: учебник для среднего профессионального образования / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 414 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20053-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560670>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знает: - состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - основные правила и методы работы с пакетами прикладных программ	Системность и целостность знаний по теме. Уровень освоения понятий, терминов. Личностная освоенность знаний, креативность мышления. Знание, как пользоваться моделями (схемами, таблицами и. т. п.). Знание систематизации. Демонстрация логического мышления, построения выводов, обобщений. Сформированность интереса к предмету, готовность к изучению новых информационных технологий, новых программных средств.	Тестирование, Зачет, Экспертная оценка выполнения практических работ. Наблюдение за внеаудиторной работой студентов. Экзамен.
Умеет: - использовать пакеты прикладных программ для разработки конструкторской документации и проектирования технологических процессов	Понимание темы, цели практической работы. Уровень освоения понятий, терминов. Владение приемами работы с компьютером. Интенсивность и качество самостоятельной работы. Умение проводить анализ полученных результатов. Готовность к поиску рациональных решений. Развитие самооценки.	Тестирование, Зачет, Экспертная оценка выполнения практических работ. Наблюдение за внеаудиторной работой студентов. Экзамен.

Рабочая программа
дисциплины

ОП.03 ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

2025 г.

Рабочая программа ***ОП.03 История экранных искусств*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Прохорова И.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	3
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	3
1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП.....	8
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины.....	8
2.2. Содержание дисциплины.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение	12
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.03 ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.03 История экранных искусств** является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09	- создавать инсайты, ключевые визуальные решения, используя креативные приемы, на основных рекламных носителях	- основы истории рекламы, - различные источники поиска информации, - современные технологии и тенденции в области рекламы, - терминологию, - иметь визуальный опыт-насмотренность.
ПК 1.4	- преобразовывать требования заказчика в бриф	- принципы выбора каналов коммуникации - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
ПК 2.2	- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета;	- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана;

	- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	- структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании
ПК 3.2	- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет	- виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
ПК 3.3	- использовать поисковые системы интернета; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы	- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет
ПК 4.3	- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа	- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	30	8
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Консультации	2*	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6	6
Всего	36	8

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Введение.	Дисциплина «История экранных искусств», ее связь с дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов насмотренности и профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности.	2	
Раздел 1. Эволюция рекламы		8	
Тема 1.1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века.	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века. Летучие листки, афиши. Печатные издания 17-19 веков, их основатели, и рекламные объявления. Рекламные агентства. Плакат конец 19 начала 20х веков.	2	
Тема 1.2. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2,
	Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации	2	

	Реклама товаров народного потребления. Агитационная реклама Стилистические решения.		ПК 3.3, ПК 4.3
Тема 1.3. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов. Первая телевизионная реклама (реклама часов-США в 1941, реклама кукурузы - СССР, 1964г) Деятельность «Союзторгреклама» 1966 при Министре торговли СССР. Создатели, разбор примеров.	2	
Тема 1.4. Реклама 1990х-2000х	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Реклама 90х-2000х Печатная реклама. Видео реклама: для оптовиков 1991 г, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама. Интернет реклама: первая интернет реклама 94г, эпоха баннерной рекламы	2	
Раздел 2. Современная реклама		18/8пр.	
Тема 2.1. Современные направления в рекламе.	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Современные направления в рекламе. Медийная реклама, E-mail-маркетинг, Контент-маркетинг, Крауд-маркетинг, SEO, ORM, SMM, Таргет, Ретаргет, Контекст.	2	
Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Ведущие рекламные агентства и их работы. GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, Группа АДВ, Public Totem, Mediascope, Студия Артемия Лебедева и т.д.	2	
Тема 2.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе	Содержание учебного материала	4	ОК 01 - ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Креативные методы, используемые в современной рекламе. Гипербола, литота, известный персонаж, показ товара в экстремальных условиях, до и после, визуальная метафора, демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа изготовления/производства товара, Метаморфоза.	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	

	Практическое занятие 1. Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы.	4	
Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Инсайт и ключевой рекламный образ Определения, разбор примеров, приемы разработки.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие 2. Создание инсайтов и ключевых, рекламных образов в идеях и эскизах на заданные темы.	4	
Консультация. Подготовка к экзамену		2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Итого в 3 семестре:		36	
В том числе			
<i>теоретическое обучение</i>		20	
<i>практические занятия</i>		8	
<i>самостоятельная работа</i>		-	
<i>консультация</i>		2	
<i>экзамен</i>		6	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет «Истории экранных искусств», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

1. Ванюшкина, Л. М. История искусств. XIX век: романтизм и реализм: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, И. И. Куракина, С. А. Тихомиров. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 411 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18987-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568693>

2. Ванюшкина, Л. М. История искусств. Возрождение и Новое время: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 484 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13474-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567436>

3. Гуменюк, А. Н. История искусства: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Н. Гуменюк, Л. В. Чуйко. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 105 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21077-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559278>

4. Ильина, Т. В. История искусства Западной Европы. От Античности до наших дней: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 401 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07318-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564070>

5. Ильина, Т. В. История искусства: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565543>

6. История искусств. Древний мир и Средневековье: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина, Л. В. Дмитриева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 538 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13459-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563878>

7. Кoryтов, О.В. Иллюстрация в газетах: учебник для среднего

профессионального образования / О. В. Корытов, Е. А. Силина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 84 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20185-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569265>

8. Кузвесова, Н.Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко: учебник для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 137 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18343-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564172>

9. Литвина, Т.В. Дизайн новых медиа: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20186-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569266>

10. Нуркова, В.В. Фотография: психология фотографии. Культурно-исторический анализ: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Нуркова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 201 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19230-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/579588>

11. Почекаев, Р.Ю. Связи с общественностью. История: учебное пособие для среднего профессионального образования / Р.Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 239 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20203-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557786>

12. Фадеева, Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567344>

13. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566468>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знает: - основы истории рекламы, - различные источники поиска информации, - современные технологии и тенденции в области рекламы, - терминологию, - иметь визуальный опыт-насмотренность.	- использование возможности интернет-ресурсов - применение исторических стилей в разработке визуальных решений - применение приемов в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - использование технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам. - аргументация выбранного решения	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ Экзамен
Умеет: - создавать инсайты, ключевые визуальные решения, используя креативные приемы, на основных рекламных носителях	- подбор и применение оригинальных визуальных и текстовых элементов на основе поставленных задач. - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ Экзамен

Рабочая программа
дисциплины

ОП.04 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

2025 г.

Рабочая программа ***ОП.04 Рекламная деятельность*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Иоха Н.С., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	3
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	3
1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП.....	8
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины.....	8
2.2. Содержание дисциплины.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение	12
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.04 Рекламная деятельность** является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09	- определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - составлять пирамиду бренда; - определять эмоциональную нагрузку бренда; - планировать деятельность в сфере реализации бренда и брендинга.	- цели, цели и функции рекламы, роль, сферу применения; - участники рекламной деятельности и их функции; - классификация рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы.
ПК 3.1	- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;	- виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций

	- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет	
ПК 3.3	- использовать поисковые системы интернета; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы	- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет

1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП-К

№/№	Дополнительные знания, умения, практический опыт	Наименование темы	Кол-во часов	Обоснование для включения в рабочую программу
1	2	3	4	5
1		Раздел 1. Основы рекламы.	4	Углубленное освоение профессиональных компетенций с целью формирования умения охарактеризовывать современные креативные теории, используемые в рекламной коммуникации и формирования практических навыков рекламной коммуникации
		Раздел 2. Основы брендинга.	14	
		Раздел 3. Рекламное планирование.	10	
		Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций.	8	
Всего			36	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	94	56
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	4	-
Консультации	2*	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6	6
Всего	104	56

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы рекламы.		22	
Тема 1.1. Введение. История рекламы	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Дисциплина «Рекламная деятельность», ее связь с дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности. Общая характеристика компетенции «Реклама».	2	
	Основные этапы развития рекламы. Протореклама. Основные исторические этапы и тенденции развития отечественной и зарубежной рекламы.	2	
Тема 1.2. Участники рекламного процесса.	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Участники рекламной деятельности: рекламодатели, рекламные агентства, средства массовой информации, вспомогательные участники рекламной деятельности. Основные направления деятельности и функции.	2	
	Классификация рекламных агентств по двум признакам: объему предоставляемых услуг и направлению бизнеса. Агентства с полным циклом услуг. Специализированные агентства. Креативные агентства. Персонал рекламных	2	

	агентств. Объединения рекламных агентств, рекламодателей и рекламодателей в мире и в России. Органы регулирования и саморегулирования на российском рекламном рынке.		
Тема 1.3. Рекламная коммуникация	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Понятие «коммуникация», ее участники, цели. Схема коммуникации. Естественные каналы коммуникации. Устная коммуникация. Искусственные каналы коммуникации. Документная коммуникация. Электронная коммуникация. Коммуникационные барьеры. СМИ в системе коммуникационных каналов. Мультимедийная коммуникационная культура.	2	
	Рекламная коммуникация как сложный механизм взаимодействия рекламного сообщения и потребителя. Рекламная пирамида. Суггестия, вербальные и невербальные средства суггестии в рекламе.	2	
Тема 1.4. Классификация рекламы.	Содержание учебного материала	10	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Основа классификации рекламы - средства рекламы. Способы воздействия на потребителя. Каналы распространения рекламы. Классификация рекламы по средствам и по размещению. Основные виды рекламы: потребительская, профессиональная, торговая, финансовая, коллективная и совместная, «антиреклама». ATL, BTL, TTL.	2	
	Виды рекламы и ее носители: печатная реклама, реклама в прессе, реклама на телевидении, реклама в кино, реклама в сети Internet, реклама на радио, наружная реклама, реклама на транспорте, организация рекламы в местах торговли, прямая почтовая реклама, рекламные сувениры.	2	
	Телевизионная реклама, ее виды. Спонсорство на ТВ. Специфика каналов вещания. Основные показатели эффективности телевизионной рекламы.	2	
	Классификация печатных изданий. Основные маркетинговые показатели печатных изданий. Реклама в глянце, еженедельных и ежедневных изданиях. Специализированная пресса. Региональная пресса. Корпоративные издания.	2	
	Реклама на радио, ее виды. Основные показатели эффективности радиорекламы. Виды рекламы на транспорте. Водный, воздушный, наземный, подземный транспорт и реклама.	2	
Раздел 2. Основы брендинга.		30/22пр./2 с.р.	

Тема 2.1. Нейминг	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Практическое занятие 1. Бренд-нейм. Основные критерии оценки имени бренда.	2	
	Практическое занятие 2. Этапы нейминга. Инструменты тестирования имени бренда.	2	
	Практическое занятие 3. Основные критерии оценки имени бренда.	2	
	Практическое занятие 4. Неймбук. Структура, назначение.	2	
Тема 2.2. Товарный знак и знак обслуживания	Содержание учебного материала	6/2пр.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Соотношение понятий “товарный знак”, “торговая марка”, “знак обслуживания”. Классификация.	2	
	Понятия бренда и брендинга. Общие и отличительные признаки торговой марки товарного знака и знака обслуживания.	2	
	Итого в 3 семестре: В том числе <i>теоретическое обучение</i> <i>практические занятия</i> <i>самостоятельная работа</i>	34 26 8 -	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие 5. Дифференциация, ее необходимость в условиях конкуренции. Конкурентное различие и конкурентное совпадение. Преимущества бренда и брендинга.	2	
Тема 2.3. Архитектура бренда	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8пр.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Практическое занятие 6. Пирамида бренда, структура и элементы рекламной кампании. Миф бренда. Эмоциональная нагрузка бренда, ее основные аспекты.	2	
	Практическое занятие 7. Архитектура брендов. Выделение формулы бренда. Развитие бренда во времени. Три основные позиции выгод брендинга. Идеология бренда.	2	

	Практическое занятие 8. Миссия, ценности, принципы бренда. Понятие бренд-имиджа, технология и этапы создания бренд-имиджа. Современная типология имиджа бренда.	2	
	Практическое занятие 9. Взаимоотношения между атрибутами, выгодами и отношением потребителя. «Лицо», персонаж бренда. Объемные и звуковые атрибуты имиджа бренда.	2	
Тема 2.4. Бренд-бук	Содержание учебного материала	6/4пр./2с.р	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Бренд-бук, его назначение, Структура и основные элементы бренд-бука.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие 10. Принципы составления бренд-бука.	2	
	Практическое занятие 11. Практические аспекты бренд-бука.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 3. Рекламное планирование.		28/22пр./2с.р.	
Тема 3.1. Виды и содержание рекламного планирования	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Практическое занятие 12. Уровни планирования рекламы. Структура рекламного планирования. Понятие рекламной стратегии. Элементы рекламной стратегии.	2	
	Практическое занятие 13. Понятие творческой рекламной стратегии. Основные типы творческих рекламных стратегий. Рационалистические и проекционные (трансформационные) стратегии: их достоинства, недостатки, критерии эффективности.	2	
	Практическое занятие 14. Комплекс мероприятий рекламной кампании. Рекламная кампания и кампания маркетинговых коммуникаций. Классификация типов рекламных кампаний с учетом стандартов компетенции «Реклама».	2	
Тема 3.2. Методы разработки рекламного бюджета	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Практическое занятие 15. Основные методы разработки рекламного бюджета, их особенности и принципы разработки с учетом стандартов компетенции «Реклама».	2	
	Практическое занятие 16. Разработка бюджета исходя из наличия денежных средств. Разработка рекламного бюджета на основе планирования затрат.	2	

	Практическое занятие 17. Метод исчисления в процентах к сумме продаж. Метод конкурентного паритета. Метод технического бюджета.	2	
	Практическое занятие 18. Технология расчета бюджета методом «Цели – задачи». Рекламный бюджет, необходимый для достижения доли рынка.	2	
Тема 3.3. Медиапланирование	Содержание учебного материала,	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Термин «Медиапланирование», его сущность. Типы решений медиапланирования. Место медиапланирования в структуре мероприятий рекламной кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама».	2	
	Основные показатели медиапланирования	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие 19. Медиаплан.	2	
Тема 3.4. Оценка эффективности рекламы	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	6+2с.р	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Практическое занятие 20. Многозначность понятия “эффективность рекламы”. Эффективность рекламной деятельности, эффективность рекламной кампании, эффективность рекламного сообщения с учетом стандартов компетенции «Реклама».	2	
	Практическое занятие 21. Понятие коммерческой и коммуникативной эффективности рекламы. Экономический эффект, информационный эффект, психологический эффект, социальный эффект.	2	
	Практическое занятие 22. Современные критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного сообщения.	2	
	Самостоятельная работа	2	
Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций.		16/12пр.	
Тема 4.1. Основные понятия рынка маркетинговых коммуникаций	Содержание учебного материала	8	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Понятия «рекламный рынок» и «рынок маркетинговых коммуникаций».	2	
	Участники рынка маркетинговых коммуникаций. Формы связи участников рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие 23. Основные отличия рынка рекламных услуг от традиционного рынка товаров.	2	

	Практическое занятие 24. База для разработки плана рекламного маркетинга предприятия. Структура рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
Тема 4.2. Тенденции рынка маркетинговых коммуникаций	Содержание учебного материала, в том числе практических и лабораторных занятий	8	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
	Практическое занятие 25. Качественные параметры и характеристики, характеризующие рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
	Практическое занятие 26. Участники рынка маркетинговых коммуникаций. Формы связи участников рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
	Практическое занятие 27. Цели и задачи исследования рынка маркетинговых коммуникаций. Семь типичных направлений исследования.	2	
	Практическое занятие 28. Анализ рынка маркетинговых коммуникаций России. Проблематика Российского рынка маркетинговых коммуникаций.	2	
Консультация	Подготовка к экзамену	2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Итого в 4 семестре:		70	
В том числе			
<i>теоретическое обучение</i>		10	
<i>практические занятия</i>		48	
<i>самостоятельная работа</i>		4	
<i>консультация</i>		2	
<i>экзамен</i>		6	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Лаборатория «Компьютерной графики», оснащенная в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные издания и электронные издания

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

2. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565539>

3. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568999>

4. Коноваленко, М. Ю. Реклама. Введение в профессию: учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21373-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569842>

5. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>

6. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581838>

7. Реброва, Н. П. Основы маркетинга: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560797>

8. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>

9. Синяева, И.М. Организация рекламного бизнеса: учебник для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569276>

3.2.2. Дополнительные источники

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.
Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знает: - цели, цели и функции рекламы, роль, сферу применения; - участники рекламной деятельности и их функции; - классификация рекламы; - процесс рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - виды и формы рекламы, рекламные кампании с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - понятие и основы брендинга; - методы оценки эффективности рекламы.	Правильный выбор и применение теоретических знаний, методов и способов решения профессиональных задач	Оценка результатов деятельности обучающихся при защите и просмотре самостоятельных работ. Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ Экзамен
Умеет: - определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Реклама»; - составлять пирамиду бренда; - определять эмоциональную нагрузку бренда; - планировать деятельность в сфере реализации бренда и брендинга.	Правильный выбор и применение теоретических знаний, методов и способов решения профессиональных задач	Оценка результатов деятельности обучающихся при защите и просмотре самостоятельных работ. Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ Экзамен

Рабочая программа
дисциплины

ОП.05 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

2025 г.

Рабочая программа ***ОП.05 Психология рекламы*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Гутик Т.В., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	3
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	3
1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП.....	8
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины.....	8
2.2. Содержание дисциплины.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение	12
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.05 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.05 Психология рекламы** является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 04 ОК 05	- выявлять возможные стереотипы потенциальных покупателей; - корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия, проводить мозговой штурм; - формировать покупательское поведение под влиянием рекламной компании; - формировать образ товара; - использовать в исследовании потребительских интересов метод фокус-групп; - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта - анализировать психологические проявления личности в межличностном общении; - организовывать различные формы общения в рамках деловой коммуникации; - рефлексировать собственное поведение в межличностном общении; - организовывать позитивно направленное общение; - программировать свое поведение в ситуации общения с другими людьми	- методы психологического воздействия на потребителя; - структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела; - содержание, структуру и функции межличностного общения; - основные характеристики вербальной и невербальной коммуникации; - психологические особенности межличностного взаимодействия, стратегии поведения участников взаимодействия; - основные механизмы межличностного познания, а также феномены, искажающие межличностное восприятие; - причины затрудненного общения, принципы выхода из ситуаций затрудненного взаимодействия
ПК 1.1	- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления	- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

	аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	
ПК 1.3	- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды.	- отраслевую терминологию; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним.
ПК 2.1	- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); - учитывать мнение заказчика при планировании РК.	- принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета; - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.
ПК 2.2	- доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.
ПК 5.1	- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг - анализировать психологические проявления личности в межличностном общении; - организовывать различные формы общения в рамках деловой коммуникации	- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие - приемы и методы делового общения и ведения переговоров - основы психологии

1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП-К

№/№	Дополнительные знания, умения, практический опыт	Наименование темы	Кол-во часов	Обоснование для включения в рабочую программу
1	2	3	4	5
1	Знания: - психологические особенности межличностного взаимодействия, стратегии поведения участников взаимодействия; - основные механизмы межличностного познания, а также феномены, искажающие межличностное восприятие; - причины затрудненного общения, принципы выхода из ситуаций затрудненного взаимодействия Умения: - анализировать психологические проявления личности в межличностном общении; - организовывать различные формы общения в рамках деловой коммуникации; - рефлексировать собственное поведение в межличностном общении; - организовывать позитивно направленное общение; - программировать свое поведение в ситуации общения с другими людьми	Раздел 3. Роль психических процессов в формировании рекламных образов Раздел 4. Мотивационно-потребностная сфера личности Раздел 5. Возрастные особенности восприятия рекламы Раздел 6. Психология общения Раздел 7. Коммуникация в креативных командах Раздел 8. Психология делового общения	6 4 2 12 8 4	Углубленное освоение профессиональных компетенций с целью формирования эффективного межличностного общения.
Всего			36	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	64	32
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	2	-
Консультации	2*	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6	6
Всего	72	32

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Введение		2	
Тема 1.1. Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	Содержание учебного материала Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы». Роль психологических знаний в организации рекламной деятельности. Основные направления психологии рекламной деятельности. Место учебной дисциплины в системе научных и психологических знаний.	2	ПК 1.3
Раздел 2. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина		4	
Тема 2.1. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	Содержание учебного материала	2	ПК 1.3. ОК 01.
	1. Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина. Предмет психологии рекламы и её основная теоретическая проблема. Реклама: определение, функции и виды. Взаимосвязь рекламы, бизнеса, предпринимательства, маркетинга, рынка. Современный этап развития психологии рекламы в России и за рубежом. История развития психологии рекламы.	2	
Тема 2.2. Рекламная деятельность как психотехнология	Содержание учебного материала	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ОК 01
	1. Психологическая структура рекламного процесса. Классификация психических явлений в рекламном процессе. Психотехнология рекламной стратегии. Психологическое содержание этапов рекламной кампании. Обратная связь как критерий социально-психологической эффективности рекламной деятельности	2	
Раздел 3. Роль психических процессов в формировании рекламных образов		36/20 пр./ 2 с.р.	
	Содержание учебного материала	8/4пр./2с.р.	

Тема 3.1. Когнитивные аспекты рекламного воздействия Психология ощущения и восприятия	Когнитивные аспекты рекламного воздействия. Ощущения в рекламе. Определение понятия «ощущения». Виды ощущения. Свойства ощущения. Ощущение в процессе восприятия рекламы. Явление синестезии и сенсibilизации. Восприятие в рекламе. Определение понятия «восприятие». Виды и свойства восприятия. Восприятие цвета, формы, глубины, пространства, времени Рекламный образ.	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 05.
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к практическим занятиям (на выбор): Разработать проект рекламы праздника с учетом специфики аудитории и с опорой на ощущения; Разработать проект интерьера и составить рекламу, акцентирую внимание на восприятии цвета и формы; Разработать проект реконструкции исторического события и его сделать рекламу этого проекта.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие № 1: Психология формы. «Законы гештальта» в восприятии рекламного продукта. Модели восприятия рекламы. Психология рекламной формы. Законы рекламной композиции.	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2
	Практическое занятие № 2: Психология цвета и света в рекламе. Функции цвета и света. Психофизиологический механизм восприятия цвета. Социально-культурные ассоциации. Применение цвета и света в рекламе. Правила и ограничения применения цвета и света в рекламе.	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 05
	Содержание учебного материала	4/2пр.	
Тема 3.2. Память. Мышление и речь	Определение памяти. Процессы памяти: запоминание, сохранение и забывание, воспроизведение. Виды памяти. Определение понятия «Мышление». Мыслительные операции. Виды мышления. Роль мыслительной деятельности в восприятии рекламы.	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 3: Мнемические приемы, эффекты памяти. Мышление и речь в рекламе	2	
	Содержание учебного материала	4/2пр.	

Тема 3.3. Внимание. Воображение и творчество.	Определение внимания. Виды внимания. Свойства внимания. Роль внимания в восприятии рекламы. Определение воображения. Воображение и творчество. Способы создания новых образов. Развитие воображения.	2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 4: Свойства внимания в восприятии рекламы	2	
Тема 3.4. Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала	4/2пр.	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	Эмоциональные аспекты рекламного воздействия. Теории эмоций: психодинамическая, информационная. Организация эмоционального восприятия рекламы. Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения. Рационально-эмоциональный баланс рекламного сообщения. Своеобразие рассмотрения личности в общей психологии	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 5: Влияние эмоций на восприятие рекламного сообщения. Эмоциональный образ в рекламном сообщении	2	
Тема 3.5. Поведенческие аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала	2/2пр.	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	Практическое занятие № 6: Поведенческие аспекты рекламного воздействия	2	
Раздел 4. Мотивационно-потребностная сфера личности		14/10 пр.	
Тема 4.1. Психология мотивации в рекламе	Содержание учебного материала	4/2пр.	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	Психология мотивации в рекламе. Потребности, мотивы, интересы потребителя рекламы. Принятие решения потребителем и реклама. Квазипотребности.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 7. Мотивация потребителя. Мотив и мотивация. Теории потребностей в отечественной и зарубежной психологии	2	
Тема 4.2. Мотивационные факторы целевого поведения	Содержание учебного материала	6/4пр.	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	Мотивационные состояния. Иррациональность потребительского поведения. Навязчивые мотивационные состояния. Риск в принятии потребительских решений. Профили потребительских реакций. Управляемые мотивационные состояния: внушенные установки, убеждения, готовность к подражанию, научению, заражению.	2	

	В том числе практических и лабораторных занятий		4	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	Практическое занятие № 8: Психографические критерии. Составление портрета потребителя. Модель VALS (Value and lifestyle – ценности и типы образа жизни). Особенности методики.		2	
	Практическое занятие № 9: Модель VALS (Value and lifestyle – ценности и типы образа жизни). Особенности методики.		2	
Итого в 4 семестре:			38	
в том числе				
<i>теоретическое обучение</i>			18	
<i>практические занятия</i>			18	
<i>самостоятельная работа</i>			2	
Раздел 5. Возрастные особенности восприятия рекламы			2	
Тема 5.1. Психология восприятия рекламы в разные возрастные периоды	Содержание учебного материала		2	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	Особенности психического развития в период детского онтогенеза. Особенности развития познавательных процессов (ощущение, восприятия, память, внимание, мышление, воображение). Особенности психического развития и формирования личности в период взрослого онтогенеза. Особенности развития познавательных процессов. Соотношение рационального и иррационального восприятия рекламных сообщений взрослыми		2	
Раздел 6. Психология общения			12/8пр.	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ПК 5.1 ОК 01. ОК 04. ОК 05
Тема 6.1. Введение в психологию общения	Содержание учебного материала		4/2пр.	
	Введение в психологию общения. Установление контакта, формирование первого впечатления.		2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		2	
	Практическое занятие № 10: Навыки самопрезентации		2	
Тема 6.2. Межличностная коммуникация и ведение переговоров	Содержание учебного материала		8/6пр.	
	Типы межличностных коммуникаций. Эффективная межличностная коммуникация		2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		6	
	Практическое занятие № 11: Виды коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация		2	
	Практическое занятие № 12: Публичные выступления. Коммуникативные техники.		2	

	Структура публичного выступления		
	Практическое занятие № 13: Эффективное ведение переговоров с заказчиком	2	
Раздел 7. Коммуникация в креативных командах		8/4пр.	
Тема 7.1. Психология креативных команд (малых групп)	Содержание учебного материала	4/2пр.	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ПК 5.1 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	Особенности коммуникации в малых группах. Лидерство и командные роли. Иерархия мотивов членов команды. Роль рефлексии и обратной связи в командной работе	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 14: Командообразование. Коммуникация в команде. Распределение ролей в команде	2	
Тема 7.2. Психология конфликта	Содержание учебного материала	4/2пр.	
	Роль эмоций в межличностной коммуникации. Способы саморегуляции эмоций в межличностной коммуникации. Психология конфликта	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 15: Эффективные стратегии поведения в конфликтных ситуациях	2	
Раздел 8. Психология делового общения		4/2пр.	
Тема 8.1. Психология делового общения. Формирование имиджа	Содержание учебного материала	4/2пр.	ПК 1.1. ПК 1.3. ПК 2.1. ПК 2.2 ПК 5.1 ОК 01. ОК 04. ОК 05
	Основы делового общения. Формирование профессионального образа. Имидж и его роль в профессиональном развитии	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие № 16: Формирование имиджа специалиста	2	
Консультация	Подготовка к экзамену	2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Итого в 5 семестре:		34	
В том числе			
<i>теоретическое обучение</i>		12	
<i>практические занятия</i>		14	
<i>самостоятельная работа</i>		-	
<i>консультация</i>		2	
<i>экзамен</i>		6	

	Всего	72 часа	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет «Психологии в рекламе», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные издания и электронные издания

1. Виноградова, С. М. Психология рекламы и массовой коммуникации: учебник для среднего профессионального образования / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 428 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19705-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/580888>

2. Гуревич, П. С. Психология рекламы: учебник для среднего профессионального образования / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 559 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20571-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581462>

3. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568994>

4. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы: учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569023>

5. Коноваленко, М. Ю. Психология общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20162-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560954>

6. Корягина, Н. А. Психология общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 350 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-

534-19627-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581556>

7. Корягина, Н. А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация: учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 378 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16070-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565555>

8. Леонов, Н. И. Психология общения: учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Леонов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10454-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564997>

9. Лопарев, А. В. Конфликтология: учебник для среднего профессионального образования / А. В. Лопарев, Д. Ю. Знаменский. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13832-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563671>

10. Митрошенков, О. А. Деловое общение: эффективные переговоры: практическое пособие / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-10704-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565070>

11. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 196 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16967-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561476>

12. Садовская, В. С. Психология общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. С. Садовская, В. А. Ремизов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 169 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07046-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562065>

13. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 239 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16429-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564541>

14. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Собольников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18789-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569025>

15. Собольников, В. В. Этика и психология делового общения: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Собольников, Н. А. Костенко; под редакцией В. В. Собольникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 202 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06957-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564570>

16. Трищенко, Д. А. Психология рекламы: учебник для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 226 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18963-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568970>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560199>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знает: - методы психологического воздействия на потребителя; - структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела; - содержание, структуру и функции межличностного общения; - основные характеристики вербальной и невербальной коммуникации; - психологические особенности межличностного взаимодействия, стратегии поведения участников взаимодействия; - основные механизмы межличностного познания, а также феномены, искажающие межличностное восприятие; - причины затрудненного общения, принципы выхода из ситуаций затрудненного взаимодействия	Правильный выбор и применение теоретических знаний, методов и способов решения профессиональных задач	- мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся; - традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу, на основе которых выставляется итоговая отметка; - промежуточный и итоговый срез знаний в форме контрольных работ; - оценка результатов выполнения практических работ; - наблюдение за ходом выполнения практической работы.
Умеет: - выявлять возможные стереотипы потенциальных покупателей; - корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия, проводить мозговой штурм; - формировать покупательское поведение под влиянием рекламной компании; - формировать образ товара; - использовать в исследовании потребительских интересов метод фокус-групп; - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта - анализировать психологические проявления личности в межличностном общении; - организовывать различные формы общения в рамках деловой коммуникации; - рефлексировать собственное поведение в межличностном общении; - организовывать позитивно направленное общение; - программировать свое поведение в ситуации общения с другими людьми	Правильный выбор и применение теоретических знаний, методов и способов решения профессиональных задач	- наблюдение за ходом выполнения практической работы.

Рабочая программа
дисциплины

ОП.06 РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

2025 г.

Рабочая программа ***ОП.06 Русский язык и культура речи*** разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Разработчик:

Федосова И.Т., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	3
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	3
1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП.....	8
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины.....	8
2.2. Содержание дисциплины.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение	12
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06 РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.06 Русский язык и культура речи** является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 04 ОК 05 ОК 09	- строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; - анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи; - пользоваться словарями русского языка; - владеть нормами словоупотребления, определять лексическое значение слова; - находить и исправлять в тексте лексические ошибки, ошибки в употреблении фразеологизмов; - определять функционально-стилевую принадлежность слова; - пользоваться акцентологическими и орфоэпическими нормами; - пользоваться нормами словообразования применительно к общеупотребительной, общенаучной и профессиональной лексике; - употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой и стилистическими особенностями создаваемого текста; - выявлять грамматические ошибки в тексте; - пользоваться орфографическими правилами; - различать предложения простые и сложные, простые осложненные,	- понятия языка и речи, различия между языком и речью, функции языка, понятие о литературном языке, признаки литературного языка и типы речевой нормы; - понятие культуры речи, качества хорошей речи; - основные словари русского языка; - лексические и фразеологические единицы языка, лексические и фразеологические нормы, изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии, лексические и фразеологические ошибки; - фонетические единицы языка и фонетические средства языковой выразительности, особенности русского ударения и произношения, орфоэпические и акцентологические нормы (в пределах орфоэпического минимума); - части слова, способы словообразования, словообразовательные нормы; - самостоятельные и служебные части речи, нормативное употребление форм слова, стилистику частей речи: ошибки в формообразовании и употреблении частей речи; - правила русской орфографии; - синтаксический строй

	прямую речь и слова автора, цитаты; - пользоваться багажом синтаксических средств при создании собственных текстов официально-делового, учебно-научного стилей; - редактировать собственные тексты и тексты других авторов; - пользоваться пунктуационными правилами; - различать тексты по их принадлежности к стилям и типам речи; - создавать тексты публицистического, учебно-научного и официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов; - владеть навыками дискусивно-полемиической речи.	предложений, выразительные возможности русского синтаксиса, синтаксические нормы; - правила пунктуации; - функционально-смысловые типы речи, функциональные стили литературного языка, сферу их использования, их языковые признаки, особенности построения текста разных стилей; - правила речевого общения, виды аргументации.
ПК 3.1	- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА	- отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
ПК 4.3	- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;	- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	64	40
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	2	-
Консультации	2*	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6	6
Всего	72	40

Примечание:

* - входят в общее число часов учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Язык и речь.		6/4 пр.	
Тема 1.1 Язык и речь.	Содержание учебного материала	2	ОК 05, ПК 3.2, ПК 4.3
	1. Цели и задачи изучения дисциплины, связь с другими дисциплинами. Язык и речь. Функции языка. Основные единицы языка. Понятие о литературном языке. Формы литературного языка. Понятие о языковой норме. Типы нормы. Словари русского языка.	1	
	2. Понятие культуры речи, качества хорошей речи (богатство словарного запаса, правильность, точность, выразительность, чистота, уместность употребления языковых средств). Культура речи в рекламе.	1	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №1. Написание эссе «Как язык и речь характеризуют самого человека?» «Особенности речи специалиста по рекламе».	2	
	Практическое занятие №2. Анализ устных выступлений и письменной речи с точки зрения некоторых аспектов правильности речи. Анализ рекламных текстов.	2	
Раздел 2. Текст и его структура.		6/4 пр.	
Тема 2.1 Текст и его структура	Содержание учебного материала	2	ОК 05, ПК 3.2, ПК 4.3
	Основные признаки текста. Текст и его структура. Типы текста.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №3. Развитие речи. Создание текстов разных типов.	2	

	Практическое занятие №4. Создание слоганов и рекламных текстов, работа в группах.	2	
Раздел 3. Функциональные стили литературного языка.		8/6	
Тема 3.1 Функциональные стили литературного языка.	Содержание учебного материала	2	ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.3
	Характеристика стилей устной и письменной речи. Сфера употребления функциональных стилей. Выявление особенностей художественного, публицистического и научного текстов, использование этих особенностей в создании рекламы. Разговорный стиль в рекламе.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	Практическое занятие №5. Официально-деловой стиль речи. Оформление деловых бумаг: заявление, служебная записка, объяснительная записка, расписка.	2	
	Практическое занятие №6. Деловая игра «Прием на работу специалиста по рекламе», «В рекламном агентстве».	2	
	Практическое занятие №7. Определение стиля текста. Анализ стилевых особенностей текста.	2	
Раздел 4. Лексика и лексикология. Фразеология.		6/4 пр.	
Тема 4.1 Лексика и лексикология. Фразеология.	Содержание учебного материала	2	ОК 05, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.3
	Лексикология и фразеология. Изобразительно - выразительные возможности лексики и фразеологии в рекламе.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №8. Лексические и фразеологические ошибки. Их исправление.	2	
	Практическое занятие №9. Составление рекламных слоганов. Групповая работа.	2	
Раздел 5. Фонетика и орфоэпия.		8/2 пр./2 с.р.	
Тема 5.1 Фонетика и орфоэпия.	Содержание учебного материала	4	ОК 05, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.3
	1. Звуки речи. Орфоэпические нормы. Фонетические средства речевой выразительности. Трудные случаи орфоэпии. Работа с текстами.	2	

	2. Особенности фонетики рекламного текста: аллитерации, созвучия и рифма, ритм, преднамеренные орфографические ошибки. Выявление закономерностей функционирования фонетической системы языка в образцах устной и письменной речи профессиональной направленности.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие №10. Анализ поэтических текстов с точки зрения использования средств звуковой выразительности.	2	
	Составление рекламного текста на заданную тему с учетом изученного	2	
Итого в 4 семестре:		34	
в том числе			
<i>теоретическое обучение</i>		12	
<i>практические занятия</i>		20	
<i>самостоятельная работа</i>		2	
Раздел 6. Морфемика. Словообразование.		6/4 пр.	
Тема 6.1 Морфемика. Словообразование.	Содержание учебного материала	2	ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.3
	Состав слова. Способы словообразования. Определение способов словообразования предложенных слов. Выявление словообразовательных и формообразовательных ошибок.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №11. Необычные случаи словообразования в рекламе. Составление слоганов, реклама товаров.	2	
	Практическое занятие №12. Деловая игра «Заказчик и исполнитель»	2	
Тема 7. Орфография. Морфология.		18/10 пр.	
Тема 7.1 Орфография. Морфология.	Содержание учебного материала	4	ОК 05, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.3
	1. Принципы русской орфографии. Нормы правописания различных орфограмм. Части речи. Имя существительное. Нормативное употребление имени существительного. Имя прилагательное. Нормативное употребление имени прилагательного.	2	
	2. Имя числительное. Местоимение. Глагол и глагольные формы. Нормативность употребления. Нормы употребления служебных частей речи. Работа с текстами.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10	

	Практическое занятие №13. Специфика использования имен прилагательных в рекламном тексте.	2	
	Практическое занятие №14. Работа по составлению рекламных текстов, используя описательный потенциал прилагательных.	2	
	Практическое занятие №15. Числительные и единицы измерения в профессиональной деятельности.	2	
	Практическое занятие №16. Составление прайса (прейскуранта цен) услуг рекламного агентства с использованием составных и сложных числительных.	2	
	Практическое занятие №17. Исправление в предложенных текстах речевых ошибок, связанных с ненормативным употреблением самостоятельных и служебных частей речи.	2	
Раздел 8. Синтаксис. Основные синтаксические единицы: словосочетание, предложение.		6/4 пр.	
Тема 8.1 Синтаксис. Основные синтаксические единицы: словосочетание, предложение.	Содержание учебного материала	2	ОК 05, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.3
	Словосочетание. Строение и употребление. Простое предложение. Строение, употребление. Сложное предложение. Виды. Структура. Знаки препинания. Выразительные возможности русского синтаксиса.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №18. Исправление в предложенных текстах ошибок, связанных с согласованием, управлением, порядком слов.	2	
	Практическое занятие №19. Редакционная правка текста. Исправление лексических недочетов, ненормативного употребления частей речи, нарушение синтаксических норм. Групповая работа.	2	
Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве.		4/2 пр.	
Тема 9.1 Риторика – наука об ораторском искусстве.	Содержание учебного материала	2	ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.2, ПК 4.3
	Риторика как наука. Риторика в Древней Греции и Древнем Риме. Ораторство в России. Ораторское искусство в современном мире. Навыки оратора, которыми должен владеть профессионал.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	

	Практическое занятие №20. Деловая игра «Духовно-нравственные основы ораторской речи».	2	
Консультация	Подготовка к экзамену	2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Итого в 5 семестре:		38	
в том числе			
<i>теоретическое обучение</i>		10	
<i>практические занятия</i>		20	
<i>самостоятельная работа</i>		-	
<i>консультация</i>		2	
<i>экзамен</i>		6	
Всего:		72	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет «Социально-экономических дисциплин», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные издания и электронные издания

1. Бортников, В. И. Русский язык и культура речи. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Бортников, Ю. Б. Пикулева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 95 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07648-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516420>

2. Введенская Л.П., Черкасова М.Н. Русский язык и культура речи: учебное пособие/ Л.П. Введенская, М.Н. Черкасова. – Ростов н/Д: Феникс, 2023г.

3. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Голубева. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19955-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581101>

4. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Голубева; под редакцией А. В. Голубевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7623-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535492>

5. Колышкина, Т. Б. Рекламный текст: учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557119>

6. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь: учебно-практическое пособие для среднего профессионального образования / под общей редакцией В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 525 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03886-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560838>

7. Русский язык и культура речи. Семнадцать практических занятий: учебник для среднего профессионального образования / под редакцией

Е. В. Ганапольской, Т. Ю. Волошиновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12286-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565272>

8. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк, А. И. Дунев, В. А. Ефремов, Е. В. Сергеева; под общей редакцией В. Д. Черняк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 389 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00832-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562051>

9. Самсонов, Н. Б. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Б. Самсонов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 228 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17399-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538093>

10. Титов, О. А. Русский язык и культура речи. Практикум по орфографии: учебное пособие для среднего профессионального образования / О. А. Титов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 129 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16254-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539510>

11. Тищенко Л.М. Русский язык и культура речи: учебник/ Л.М. Тищенко. – М.: РУСАЙС, 2023. – 208с.

12. Шаповалова, Н. Г. Русский язык и культура речи. Основы теории коммуникации: практикум для СПО / Н. Г. Шаповалова. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 99 с. — ISBN 978-5-4488-1740-3, 978-5-4497-2548-6. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/135355>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов / М.В. Невежина, Е.В. Шарохина, Е.Б. Михайлова [и др.]. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 351 с. — ISBN 5-238-00860-0. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/141504>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знает: - понятия языка и речи, различия между языком и речью, функции языка, понятие о литературном языке, признаки литературного языка и типы речевой нормы; - понятие культуры речи, качества хорошей речи; - основные словари русского языка; - лексические и фразеологические единицы языка, лексические и фразеологические нормы, изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии, лексические и фразеологические ошибки; - фонетические единицы языка и фонетические средства языковой выразительности, особенности русского ударения и произношения, орфоэпические и акцентологические нормы (в пределах орфоэпического минимума); - части слова, способы словообразования, словообразовательные нормы; - самостоятельные и служебные части речи, нормативное употребление форм слова, стилистику частей речи: ошибки в формообразовании и употреблении частей речи; - правила русской орфографии; - синтаксический строй предложений, выразительные возможности русского синтаксиса, синтаксические нормы; - правила пунктуации; - функционально-смысловые типы речи, функциональные стили литературного языка, сферу их использования, их языковые признаки, особенности построения текста разных стилей; - правила речевого общения, виды аргументации.	- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач. - Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности. - Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. - Осуществлять поиск рекламных идей. - Разрабатывать авторские рекламные проекты. - Составлять и оформлять рекламные объявления. - Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта. - Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта. - Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя. - Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта	Диктанты, сочинения, Выполнение практических работ, Проверка выполнения самостоятельной работы, Работа с текстами, защита проектов, деловая игра, Экзамен
Умеет: - строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и		

этическими нормами; - анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи; - пользоваться словарями русского языка; - владеть нормами словоупотребления, определять лексическое значение слова; - находить и исправлять в тексте лексические ошибки, ошибки в употреблении фразеологизмов; - определять функционально-стилевую принадлежность слова; - пользоваться акцентологическими и орфоэпическими нормами; - пользоваться нормами словообразования применительно к общеупотребительной, общенаучной и профессиональной лексике; - употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой и стилистическими особенностями создаваемого текста; - выявлять грамматические ошибки в тексте; - пользоваться орфографическими правилами; - различать предложения простые и сложные, простые осложненные, прямую речь и слова автора, цитаты; - пользоваться багажом синтаксических средств при создании собственных текстов официально-делового, учебно-научного стилей; - редактировать собственные тексты и тексты других авторов; - пользоваться пунктуационными правилами; - различать тексты по их принадлежности к стилям и типам речи; - создавать тексты публицистического, учебно-научного и официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов; - владеть навыками дискусивно-полемиической речи.		

Рабочая программа
дисциплины

ОП.07 ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины **ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельности** разработана за счет вариативных часов в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**.

Разработчик:

Прохорова И.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	4
1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины	6
2.2. Содержание дисциплины.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
3.1. Материально-техническое обеспечение	10
3.2. Учебно-методическое обеспечение	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельности включена в вариативную часть общепрофессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 03 ОК 06 ОК 09	- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности - применять современную научную профессиональную терминологию - применять стандарты антикоррупционного поведения - обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)	- содержание актуальной нормативно-правовой документации - современную научную и профессиональную терминологию - сущность гражданско-патриотической позиции, традиционных российских духовно-нравственных ценностей - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения	
ПК 2.3	- в процессе производства и распространения информации придерживаться этических норм и применять региональное, российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества; - самостоятельно распознавать неправомерные действия конкурентов в	- содержание основных концепций и нормативных актов правового регулирования и этического саморегулирования в сфере медиа в России и мировой практике; - иметь представление о российских и международных субъектах правового и этического регулирования в сфере медиа;	- составления гражданско-правового договора; - поиска и анализа нормативно-правовых документов, связанных с профилактикой коррупционных правонарушений; - толкования нормативных правовых актов; - владеть приёмами и способами по защите

	области медиа и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - составлять необходимые документы в сфере медиа (договоры, контракты, технические задания и т.д.) в соответствии с нормами российского и международного законодательства; - быть готовым в профессиональной деятельности соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной, коммерческой тайны и конфиденциальной информации	- санкции и другие последствия нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа; - сущность правового регулирования социальных, этических, конфессиональных и культурных процессов и осознавать его роль в медиа	субъективных прав в сфере профессиональной деятельности

1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП

Учебная дисциплина ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельности введена за счет часов вариативной части с целью более углубленного изучения материала и получения обучающимися дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда по рекомендации работодателей.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	34	22
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	2	
Промежуточная аттестация в форме <i>тестирования</i>	2*	2*
Всего	36	22

Примечание:

* - входят в число учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Понятие и источники правового регулирования рекламной деятельности		24/14пр./2с.р.	
Тема 1.1 Система правового регулирования рекламной деятельности	Содержание учебного материала	2	ОК 03, ОК 06 ОК 09, ПК 2.3
	Понятие рекламного права. Классификация рекламной информации. Понятие и признаки рекламной деятельности. Источники права, регулирующие рекламную деятельность. Принципы рекламного права. Отрасли системы российского права, имеющие отношение к правовому регулированию рекламной деятельности	2	
Тема 1.2 Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг	Содержание учебного материала	6/2пр./2с.р.	
	Субъекты рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности. Нормативно-правовая база, регулирующая рекламную деятельность. Общие и специальные требования к рекламе. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся.	2	
	Подготовка презентаций по теме практического занятия.		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Становление нормативно-правовой основы регулирования рекламной деятельности в условиях рыночных отношений (1991-1995г.г.). Становление законодательства о рекламе в РФ Закон «О рекламе»: значение, структура, основные понятия.	2	
	Содержание учебного материала	2	

Тема 1.3. Права и обязанности участников рекламной деятельности	Основные права и обязанности участников рекламной деятельности (рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя). Сроки хранения материалов, содержащих рекламу. Предоставление рекламной информации для производства и распространения рекламы. Права и обязанности рекламопроизводителя. Обязанность рекламопроизводителя информировать рекламодателя об обстоятельствах, которые могут привести к нарушению законодательства о рекламе. Права и обязанности рекламодателя. Публичное предложение о заключении договора о рекламе.	2	
Тема 1.4. Особенности распространения рекламы на территории РФ	Содержание учебного материала	10/10пр.	ОК 03, ОК 06 ОК 09, ПК 2.3
	В том числе практических и лабораторных занятий	10	
	Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.08.2024) "О рекламе". Особенности правового регулирования рекламы в печатных средствах массовой информации, на радио и в телепрограммах. Статья 14. Реклама в телепрограммах и телепередачах, радиопередачах. Статья 16. Реклама в периодических печатных изданиях. Статья 17. Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании.	2	
	Правовое регулирование социальной рекламы. Правовое регулирование спонсорства и благотворительность. Статья 18. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи Статья 18.1. Реклама в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	2	
	Правовое регулирование распространения наружной рекламы/ Статья 19. Наружная реклама и установка рекламных конструкций. Статья 20. Реклама на транспортных средствах и с их использованием	2	
	Особенности рекламы отдельных видов товаров: алкогольные напитки и пиво, оружие, медикаменты, табачные изделия, мероприятия, основанные на риске. Защита интересов несовершеннолетних в рекламном законодательстве.	2	
	Выявить нарушения рекламной деятельности (по указанным статьям), используя источники интернет	2	
Тема 1.5. Авторское право и медиа	Содержание учебного материала	4/2пр.	
	Неимущественные права автора: понятие и виды. Понятие авторского права как гражданскоправового института. Авторское право в субъективном смысле. Объекты авторского права в рекламной деятельности. Субъекты рекламного	2	

	авторского права. Соавторство: понятие соавторства и виды. Авторское право в маркетинговых коммуникациях. Авторский договор. Договоры о предоставлении авторских прав		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Свободное использование произведений, охраняемых авторским правом. Договоры о передаче авторских прав. Юридическая ответственность за нарушение авторских и смежных прав.	2	
Раздел 2. Общие и специальные требования к рекламе		10/4пр.	
Тема 2.1. Понятие добросовестности рекламы. Иные общие требования к рекламе	Содержание учебного материала	2/2пр.	ОК 03, ОК 06 ОК 09, ПК 2.3
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Добросовестная реклама. Недобросовестная реклама. Иные общие требования к рекламе. Защита потребителей рекламы. Решение практических ситуационных заданий	2	
Тема 2.2. Применение мер юридической ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе	Содержание учебного материала	4/2пр	
	Понятие и виды юридической ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе Пределы ответственности участников рекламной деятельности. Меры ответственности за нарушение законодательства о рекламе Особенности гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе Административная ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе Уголовная ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Решение практических ситуационных заданий.	2	
Тема 2.3 Саморегулирование рекламной деятельности	Содержание учебного материала	4/2пр.	
	Виды саморегулирования рекламной деятельности. Основные органы саморегулирования рекламной деятельности в РФ. Международные рекламные кодексы. Российские кодексы рекламы.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Сравнить особенности уголовной, административной, гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе. Сделать таблицу и презентацию	2	
Промежуточная аттестация в форме тестирования		2пр.	
Итого в 4 семестре:		36	

<i>теоретическое обучение</i>	12	
<i>практические занятия</i>	22	
<i>самостоятельная работа</i>	2	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Социально-экономических дисциплин», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Архипов, В. В. Интернет-право: учебник для вузов / В. В. Архипов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19047-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560743>

2. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в IT-сфере. Схемы, таблицы, определения, комментарии: учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 281 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14659-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544152>

3. Гумерова, Г.И. Управление интеллектуальной собственностью: учебное пособие для вузов / Г.И. Гумерова, Э.Ш. Шаймиева. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21121-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559383>

4. Гуреева М.А. Правовое обеспечение профессиональной деятельности. Учебник для СПО. / М.А. Гуреева. – М.: КНОРУС, 2023г.

5. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561023>

6. Зверева, Е. А. Авторское право в медиа: учебник для вузов / Е. А. Зверева, О. А. Стрыгина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19871-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581022>

7. Зенин, И.А. Право интеллектуальной собственности: учебник для вузов / И.А. Зенин. — 12-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 524 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20483-4.

— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558213>

8. Информационное право: учебник для вузов / под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13786-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567645>

9. Карпова, С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

10. Куликова, М.А. Защита прав потребителей: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Куликова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20642-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581498>

11. Николюкин, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Николюкин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14511-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544406>

12. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под общей редакцией А. П. Альбова, С. В. Николюкина. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16691-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561242>

13. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Анисимов, А. Я. Рыженков, А. Ю. Осетрова, О. В. Попова; под редакцией А. Я. Рыженкова. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16129-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563492>

14. Предпринимательское право: учебник для среднего профессионального образования / под редакцией С. Ю. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 592 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17612-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568630>

15. Синяева, И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Правоведение: учебник для среднего профессионального образования / ответственный редактор С. И. Некрасов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 645 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17479-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568690>

2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О рекламе».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знает: - современную научную и профессиональную терминологию - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения - содержание основных концепций и нормативных актов правового регулирования и этического саморегулирования в сфере медиа в России и мировой практике; - иметь представление о российских и международных субъектах правового и этического регулирования в сфере медиа; - санкции и другие последствия нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа; - сущность правового регулирования социальных, этических, профессиональных и культурных процессов и осознавать его роль в медиа Умеет: - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности - применять современную научную профессиональную терминологию - применять стандарты антикоррупционного поведения - обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) - в процессе производства и распространения информации придерживаться этических норм и применять региональное, российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества; - самостоятельно распознавать неправомерные действия конкурентов в области медиа и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - составлять необходимые документы в сфере медиа (договоры, контракты, технические задания и т.д.) в соответствии с нормами	Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов. Не менее 75% правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии.	Оценка результатов тестирования Устный опрос Оценка результатов выполнения практических и самостоятельных работ

российского и международного законодательства; - быть готовым в профессиональной деятельности соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной, коммерческой тайны и конфиденциальной информации		

Рабочая программа
дисциплины

ОП.08 ВВЕДЕНИЕ В КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

Рабочая программа **ОП.08 Введение в креативные индустрии** разработана по запросу работодателя за счет вариативной части Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования специальности **42.02.01 Реклама** и участием в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

Разработчик:

Штельмах Ю.К., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. <i>Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</i>	<i>4</i>
1.2. <i>Планируемые результаты освоения дисциплины</i>	<i>4</i>
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2.1. <i>Трудоемкость освоения дисциплины</i>	<i>5</i>
2.2. <i>Содержание дисциплины</i>	<i>5</i>
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение дисциплины</i>	<i>8</i>
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение</i>	<i>8</i>
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	9

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.08 ВВЕДЕНИЕ В КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.08 Введение в креативные индустрии является вариативной частью общепрофессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Дисциплина разработана с учетом запросов работодателей и с привлечением специалистов-практиков из креативных индустрий.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04	- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) - определять задачи для поиска информации - оценивать практическую значимость результатов поиска - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	- методы работы в профессиональной и смежных сферах - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности - формат оформления результатов поиска информации - программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств - современную научную и профессиональную терминологию - порядок выстраивания презентации - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ПК 2.3	- проводить анализ контекста креативных индустрий при разработке идеи проекта; - осуществлять подготовку проектов коммерческих продуктов; - разрабатывать и презентовать концепций проектов, отвечающих требованиям рынка.	- иметь понимание о базовых концепциях и предназначении креативной сферы современной экономики и её роли в системе современной культуры - специфику креативных индустрий: особенности рынка, целевые аудитории, тренды, конкурентная среда; - основные этапы разработки коммерческого проекта; - основы проектной деятельности - структуру концепции проектов и правила презентации

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	36	25
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Промежуточная аттестация в форме <i>итогового тестирования</i>	-	2*
Всего	36	26

Примечание:

* - входят в число часов практических занятий

2.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Реклама и цифровой маркетинг		18	
Тема 1.1 Анализ целевой аудитории	Содержание учебного материала	8	ОК 01-04, ПК 2.3
	1. Определение целевой аудитории. Анализ целевой аудитории и его способы. Сегментация целевой аудитории	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическое занятие «Составление аватара клиента». Практическое занятие «Работа с аффинитивными площадками»	2	
	2. Практическое занятие «Использование инструментов привлечения целевой аудитории», «Разработка интеллект-карты»	2	
	3. Практическое занятие «Презентация проектных работ»	2	
Тема 1.2 Продуктовая матрица	Содержание учебного материала	10	ОК 01-04, ПК 2.3
	1. Понятие продуктовой матрицы. Уникальное торговое предложение	2	
	2. Лид-магнит: понятие и виды. Трипваер: понятие и виды	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическое занятие «Разработка продуктовой матрицы и УТП»	2	
	2. Практическое занятие «Проработка тропинки возврата и удержания клиента», «Разработка интеллект-карты»	2	
	3. Практическое занятие «Презентация проектных работ»	2	
	Итого 1 семестр	18	
	<i>лекции</i>	6	
	<i>практические занятия</i>	12	

Раздел 2. Медиа-дизайн		16	
Тема 2.1 Отрисовка плаката в редакторе изображений	Содержание учебного материала	8	ОК 01-04, ПК 2.3
	1. Основы создания медиа-плакатов. Основы работы медиа-редакторах. Основы композиции.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическое занятие «Работа в медиа-редакторах», «Оформление текстов», «Работа с колористикой»	2	
	2. Практическое занятие «Создание медиа-плаката», «Работа с мокапами»	2	
	3. Практическое занятие «Презентация проектных работ»	2	
Тема 2.2 Одностраничный веб-сайт	Содержание учебного материала	8	ОК 01-04, ПК 2.3
	1. Особенности дизайна для дисплеев. Жанровые особенности структуры лендинга	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическое занятие «Генерация идей проекта», «Подготовка драфтов проекта»	2	
	2. Практическое занятие «Оформление текстов в веб-дизайне», «Подготовка графики для веб-сайта»	2	
	3. Практическое занятие «Разработка одностраничного веб-сайта», «Презентация проектных работ»	2	
Промежуточная аттестация в форме <i>итогового тестирования</i>		2	
Итого 2 семестр		18	
<i>лекции</i>		<i>4</i>	
<i>практические занятия</i>		<i>14</i>	
Всего:		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Лаборатория «Информационные технологии», оснащенная необходимым для реализации программы учебной дисциплины оборудованием, приведенным в Приложении 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные издания и электронные издания

1. Дорошенко, М.В. Чувство собственности: как сохранить, реализовать и продать идею / Мария Валерьевна Дорошенко. – Москва: Эксмо, 2023. – 172 с.; ISBN 978-5-7310-6027-1.

2. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565539>

3. Литвина, Т.В. Дизайн новых медиа: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20186-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569266>

4. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>

5. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21462-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/572248>

6. Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569277>

7. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е

изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

8. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебник для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568998>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Суминова, Татьяна Николаевна. Арт-менеджмент как технология креативной экономики: монография / Т.Н. Суминова. - Москва: Академический проект, 2021. - 279 с.: табл.; 21 см.; ISBN 978-5-8291-3854-7: 300 экз., URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01010751221>

2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568206>

3. Горбунов, Владимир Леонидович. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: научно-практическое пособие / В. Л. Горбунов. - 3-е изд. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2022. - 286, [1] с.: ил., табл.; 21 см. - (Наука и практика); ISBN 978-5-369-01894-1 (РИОР) : 500 экз., URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01010968145>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
Умеет: - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) - определять задачи для поиска информации - оценивать практическую значимость результатов поиска - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности - проводить анализ контекста креативных индустрий при разработке идеи проекта; - осуществлять подготовку проектов коммерческих продуктов; - разрабатывать и презентовать концепций проектов, отвечающих требованиям рынка.	Умеет разрабатывать и оформлять проекты по направления креативных индустрий. Умеет проводить публичную презентацию разработанных проектов Знает особенности рынка, целевые аудитории, тренды в сфере креативных индустрий. Знает концепции проекта, этапы разработки и правила презентации проектов.	Наблюдение за работой обучающегося в микрогруппе. Выполнение индивидуальных и групповых заданий Промежуточная аттестация
Знает: - методы работы в профессиональной и смежных сферах - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности - формат оформления результатов поиска информации - программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств - современную научную и профессиональную терминологию - порядок выстраивания презентации - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности		

личности - иметь понимание о базовых концепциях и предназначении креативной сферы современной экономики и её роли в системе современной культуры - специфику креативных индустрий: особенности рынка, целевые аудитории, тренды, конкурентная среда; - основные этапы разработки коммерческого проекта; - основы проектной деятельности - структуру концепции проектов и правила презентации		

Рабочая программа
дисциплины

ОП.09 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Рабочая программа **ОП.09 Предпринимательство в сфере креативных индустрий** разработана по запросу работодателя за счет вариативной части Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама** и участием в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

Разработчик:

Иоха Н.С., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

<u>СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ</u>	40
<u>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА</u>	41
<u>РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	41
<u>1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	41
<u>1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины</u>	41
<u>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	43
<u>2.1. Трудоемкость освоения дисциплины</u>	43
<u>2.2. Содержание дисциплины</u>	44
<u>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	48
<u>3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины</u>	48
<u>3.2. Учебно-методическое обеспечение</u>	48
<u>4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	50

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины **ОП.09 Предпринимательство в сфере креативных индустрий**: формирование профессиональных компетенций, необходимых для создания собственного бизнеса.

Дисциплина **ОП.09 Предпринимательство в сфере креативных индустрий** включена в вариативную часть общепрофессионального цикла образовательной программы, разработана с учетом запросов работодателей и с привлечением специалистов-практиков из креативных индустрий.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<i>Код ОК, ПК</i>	Уметь	Знать
ОК 01 ОК 02 ОК 03	- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применять современную научную профессиональную терминологию; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - определять источники финансирования.	- содержание актуальной нормативно-правовой документации; - профессиональную терминологию; - основы предпринимательской деятельности; - основы финансовой грамотности; - правила разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации
ПК 2.3	- разрабатывать и презентовать концепции проектов, отвечающих требованиям рынка - придерживаться этических норм и применять региональное,	- содержание основных концепций и нормативных актов правового регулирования и этического саморегулирования в сфере медиа в России и мировой практике;

	российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества; - самостоятельно распознавать неправовые действия конкурентов в области медиа и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - составлять необходимые документы в сфере медиа (договоры, контракты, технические задания и т.д.) в соответствии с нормами российского и международного законодательства; - быть готовым в профессиональной деятельности соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной, коммерческой тайны и конфиденциальной информации	- иметь представление о российских и международных субъектах правового и этического регулирования в сфере медиа; - санкции и другие последствия нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа; - сущность правового регулирования социальных, этических, конфессиональных и культурных процессов и осознавать его роль в медиа
ПК 3.4	- проводить анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности; - осуществлять сбор, систематизацию и анализ данных, необходимых для разработки технического задания продукта, определение технических и программных средств для разработки проекта - выполнять работы по разработке проекта на основе ТЗ, определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании - разрабатывать предложения по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и эффективности рекламной кампании. - осуществлять коррекцию для достижения максимальной эффективности	- способы определения потребностей рынка и современных тенденций в сфере креативных индустрий - организационно-правовые формы бизнеса - способы определения основных технико-экономических показателей, экономическую эффективность проекта; - способы проведения презентации разработанного технического задания согласно требований к структуре и содержанию проекта. - системы управления трудовыми ресурсами в организации; - методы и формы самообучения и саморазвития на основе самопрезентации; - способы управления конфликтами и борьбы со стрессом. - основы разработки бизнес-плана

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	68	32
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	4	-
Промежуточная аттестация в форме <i>итогового тестирования</i>	2*	2*
Всего	72	32

Примечание:

* - входят в число часов учебных и практических занятий

2.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся.	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Производство продукта		23/12пр./1с.р.	
Тема 1.1. Производство продукта	Содержание учебного материала	23	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 2.3, ПК 2.3
	1. Введение в предпринимательскую деятельность. Особенности ведения бизнеса в РФ. Виды предпринимательской деятельности: производственная, коммерческая, финансовая.	2	
	2. Конкурентный анализ внутренней и внешней среды бизнеса (5 сил Портера, SWOT-анализ, PEST-анализ и др.).	2	
	3. Создание собственного бизнеса: методы генерации идей, критерии успешности, способы оценки бизнес-идеи.	2	
	4. Целевая аудитория: определение, анализ. Сегментация ЦА: методы, задачи. Определение целевого ядра. Емкость рынка, цели, методики расчета.	2	
	5. Создание бренда, торговой марки. Понятие, значение и применимость брендинга в современном контексте. Основные виды бренд-платформ и методики их создания.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	12	
	1. Предпринимательская игра № 1 «В поисках рынка».	4	
	2. Предпринимательская игра № 2 «Генерация креативной бизнес-идеи».	4	
	3. Предпринимательская игра № 3 «Создание ценности».	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	

Раздел 2. Продвижение продукта		19/8пр./1с.р.	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 2.3, ПК 2.3
Тема 2.1. Продвижение продукта	Содержание учебного материала	19	
	1. Формы и методы исследования рынка. Изучение спроса среди потребителей и выявление и анализ потребностей ЦА.	2	
	2. Маркетинговые стратегии продукта: цели, задачи. Виды маркетинговых стратегий. Маркетинговый комплекс. Маркетинговый бюджет.	2	
	3. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Формы, цели и этапы маркетинговых коммуникаций.	2	
	4. Реклама продукта: создание кампаний и показатели эффективности. Продвижение и развитие бизнеса на Интернет-площадках (социальные сети, маркетплейсы и т. д.).	2	
	5. Цифровая трансформация продаж. Креатив в диджитал-сфере.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	1. Практическая работа «Определение целей и задач маркетинга в соответствие со SMART. Разработка маркетинговых мероприятий и бюджетов».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Итого 2 семестр	36	
	<i>лекции</i>	<i>20</i>	
	<i>практические занятия</i>	<i>14</i>	
	<i>самостоятельная работа</i>	<i>2</i>	
	2. Практическая работа «Маркетинговая стратегия бизнес-проекта».	4	
	3. Практическая работа «Стратегия продвижения бизнес-проекта в социальной сети».	2	
Раздел 3. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства		15/6пр./1с.р.	
Тема 3.1. Основы финансов и правового обеспечения предпринимательства	Содержание учебного материала	15	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 2.3, ПК 2.3
	1. Ресурсы в предпринимательской деятельности. Обеспечение предприятия основными фондами, оборотными средствами. Источники финансирования предпринимательской деятельности.	2	
	2. Основные показатели эффективности предпринимательской деятельности. Инвестиционная деятельность. Классификация рисков и управление ими. Методы формирования себестоимости продукта. Стратегии ценообразования.	2	

	3. Система налогообложения предпринимательской деятельности. Выбор налоговых режимов.	2	
	4. Организационно-правовые формы бизнеса. Процедура государственной регистрации предпринимательской деятельности. Предпринимательский договор, понятие, виды, этапы составления. Защита авторских прав.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическая работа «Составление плана обеспечения необходимыми ресурсами собственного бизнеса, ценообразования».	2	
	2. Практическая работа «Составление заявок на получение грантов, субсидий для финансирования собственного бизнеса в сфере креативных индустрий».	2	
	3. Практическая работа «Порядок обеспечения авторских прав и их регистрация на примере собственного продукта».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Раздел 4. Менеджмент		13/4пр./1с.р.	
Тема 4.1. Менеджмент	Содержание учебного материала	13	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ПК 2.3, ПК 2.3
	1. Системы методов управления в предпринимательской деятельности. Планирование, мотивация, контроль, координация, организация как функции менеджмента в предпринимательстве.	2	
	2. Анализ и управление бизнес-процессами в предпринимательской деятельности. Нотации моделирования бизнес-процессов. Виды организационных структур предприятий.	2	
	3. Коммуникативность и деловое общение. Процесс принятия решений. Управление конфликтами и стрессами. Руководство: власть и партнерство. Техники деловых переговоров.	2	
	4. Методические основы разработки бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-планирования. Состав и структура бизнес-плана. Презентация как итоговый инструмент представления проекта.	2	
	Практические и лабораторные занятия	4	
	1. Практическая работа «Создание эффективной бизнес-модели проекта».	2	
	2. Практическая работа «Разработка презентации бизнес-проекта для инвестора».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	

Промежуточная аттестация в форме <i>итогового тестирования</i>	2	
Итого 3 семестр	36	
<i>лекции</i>	16	
<i>практические занятия</i>	18	
<i>самостоятельная работа</i>	2	
Всего:	72	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет «Основы финансовой грамотности», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Иванова, Р. М. История российского предпринимательства: учебное пособие для среднего профессионального образования / Р. М. Иванова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 235 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21457-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/572243>

2. Кузьмина, Е. Е. Предпринимательская деятельность: учебник для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 469 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16460-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562636>

3. Кузьмина, Е. Е. Предпринимательская деятельность: учебник для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 469 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16460-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562636>

4. Морозов, Г. Б. Предпринимательская деятельность: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Морозов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 457 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13977-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539647>

5. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / В. Н. Шитов. — Ростов н/Д: Феникс, 2021. — 413 с. — (Среднее профессиональное образование)

6. Разумовская, Е. В. Предпринимательское право: учебник для среднего профессионального образования / Е. В. Разумовская. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16958-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536639>

7. Чеберко Е.Ф. Предпринимательская деятельность: учебник для СПО/Е.Ф.Чеберко. – Москва: Издательство Юрайт, 2023г.

8. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. — 2-е

изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 458 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18808-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565781>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Балашов, А.И. Предпринимательское право [Электронный ресурс]: учебник и практикум / А.И. Балашов, В.Г. Беляков. - М.: Юрайт, 2020. – 333 с.— ЭБС «Юрайт».
2. Баринов, В.А. Внешнеэкономическая деятельность [Текст]: учеб. пособие / В.А. Баринов. – М.: ФОРУМ; Инфра-М, 2020. - 192 с.
3. Иванова, Р.М. История российского предпринимательства [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Р.М. Иванова. – М.: Юрайт, 2020. - 303 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоенности компетенций	Методы оценки
Умеет: - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применять современную научную профессиональную терминологию; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - определять источники финансирования - разрабатывать и презентовать концепции проектов, отвечающих требованиям рынка - придерживаться этических норм и применять региональное, российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества; - самостоятельно распознавать неправомерные действия конкурентов в области медиа и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - составлять необходимые документы в сфере медиа (договоры, контракты, технические задания и т.д.) в соответствии с нормами российского и международного законодательства; - быть готовым в профессиональной деятельности соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты	Демонстрация умений составления плана действий. Демонстрация умений выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи. Демонстрация умений составлять эффективную презентацию идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности. Демонстрация умений определять источники финансирования предпринимательской деятельности. Демонстрация умений составления и оформления бизнес-плана. Демонстрация уровня освоения учебного материала; Демонстрация умения использовать теоретические знания и практические умения при выполнении профессиональных задач; Уровень сформированности общих и профессиональных компетенций. Умение свободно справляться с задачами и вопросами при видоизменении заданий, правильно обосновывать принятые решения. Владение разносторонними	Оценка результатов выполнения практической работы. Оценка в рамках текущего контроля результатов выполнения индивидуальных контрольных заданий. Оценка результатов выполнения самостоятельной работы. Тестирование. Оценка за устный индивидуальный опрос.

государственной, коммерческой тайны и конфиденциальной информации - проводить анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности; - осуществлять сбор, систематизацию и анализ данных, необходимых для разработки технического задания продукта, определение технических и программных средств для разработки проекта - выполнять работы по разработке проекта на основе ТЗ, определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании - разрабатывать предложения по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и эффективности рекламной кампании. - осуществлять коррекцию для достижения максимальной эффективности	навыками и приемами выполнения практических задач.	
Знает: - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - профессиональную терминологию; - основы предпринимательской деятельности; - основы финансовой грамотности; - правила разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации - содержание основных концепций и нормативных актов правового регулирования и этического саморегулирования в сфере медиа в России и мировой практике; - имеет представление о российских и международных субъектах правового и этического регулирования в сфере медиа; - санкции и другие последствия нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа; - сущность правового регулирования социальных, этических, профессиональных и культурных		

процессов и осознавать его роль в медиа - способы определения потребностей рынка и современных тенденций в сфере креативных индустрий - организационно-правовые формы бизнеса - способы определения основных технико-экономических показателей, экономическую эффективность проекта; - способы проведения презентации разработанного технического задания согласно требований к структуре и содержанию проекта. - системы управления трудовыми ресурсами в организации; - методы и формы самообучения и саморазвития на основе самопрезентации; - способы управления конфликтами и борьбы со стрессом. - основы разработки бизнес-плана		

**Рабочая программа
дисциплины**

**ОП.10 СОЗДАНИЕ КРОСС-ДИСЦИПЛИНАРНЫХ ПРОЕКТОВ В
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ**

2025 г.

Рабочая программа ***ОП.10 Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях*** разработана по запросу работодателя за счет вариативной части Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама и участием в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

Разработчик:

Прохорова И.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

<u>СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ</u>	40
<u>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА</u>	41
<u>РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	41
<u>1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	41
<u>1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины</u>	41
<u>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	43
<u>2.1. Трудоемкость освоения дисциплины</u>	43
<u>2.2. Содержание дисциплины</u>	44
<u>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	48
<u>3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины</u>	48
<u>3.2. Учебно-методическое обеспечение</u>	48
<u>4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	50

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 СОЗДАНИЕ КРОСС-ДИСЦИПЛИНАРНЫХ ПРОЕКТОВ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины **ОП.10 Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях**: формирование компетенций, необходимых для создания собственного бизнеса.

Дисциплина **ОП.10 Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях** включена в вариативную часть общепрофессионального цикла образовательной программы, разработана с учетом запросов работодателей и с привлечением специалистов-практиков из креативных индустрий.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<i>Код ОК, ПК</i>	Уметь	Знать
ОК 01	- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	- определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию;	- номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации

	- выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска	
ОК 03	- использовать в работе актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; - применять в деятельности профессиональную терминологию; - самостоятельно выстраивать траекторию профессионального саморазвития и самообразования; - применять техники финансовой грамотности	- актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; - профессиональную терминологию; - способы определения и выстраивания траектории профессионального развития и самообразования; - основы финансовой грамотности
ОК 04	- применять в деятельности знания о психологии коллектива; - организовывать деятельность коллектива; - грамотно выстраивать взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик	- психологические основы деятельности коллектива; - правила организации деятельности коллектива; - правила взаимодействия с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик
ПК 2.3	- разрабатывать и презентовать концепции проектов, отвечающих требованиям рынка; - формировать междисциплинарные команды и эффективно распределять роли и зоны ответственности; - планировать и управлять бюджетом проекта; - разрабатывать маркетинговую стратегию проекта	- специфику креативных индустрий: особенности рынка, целевые аудитории, тренды, конкурентную среду; - основные этапы разработки коммерческого проекта: от поиска идеи до реализации и анализа результатов; - инструменты и методы планирования и управления проектами

1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП

Учебная дисциплина ОП.10 Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях не предусмотрена ФГОС СПО и введена полностью за счет часов вариативной части с целью более углубленного изучения материала и получения обучающимися дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда по рекомендации работодателей и участием в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	52	34
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	2	-
Промежуточная аттестация в форме <i>защиты проекта</i>	4*	4*
Всего	54	34

Примечание:

* - входят в число часов учебных занятий

2.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1.1. Введение в креативные индустрии и кросс-дисциплинарные проекты	Содержание учебного материала	2	ОК 01-04, ПК 2.3
	Определение креативных индустрий, их значения в современном обществе	2	
Тема 1.2. Формирование концепции проекта	Содержание учебного материала	12/10пр.	ОК 01-04, ПК 2.3
	В чем заключается концепция проекта. Критерии оценки потенциала проекта	2	
	Практические и лабораторные занятия	10	
	1. Практическое занятие 1. «Создание концепции кросс-дисциплинарного проекта»	6	
	2. Практическое занятие 2. «Оценка потенциала проекта»	4	
Тема 1.3. Команда проекта и распределение ролей	Содержание учебного материала	4/2пр.	ОК 01-04, ПК 2.3
	Способы формирования команды проекта	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие 3. «Анализ компетенций членов команды»	2	
Итого 5 семестр		18	
лекции		6	
практические занятия		12	
самостоятельная работа		-	
Тема 1.4. Модели реализации и	Содержание учебного материала	8/4пр.	ОК 01-04, ПК 2.3
	1. Модели реализации креативных продуктов	2	
	2. Модели реализации и монетизации креативных продуктов	2	

монетизации креативных продуктов	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие 4. «Разработка модели реализации и монетизации креативного проекта»	4	
Тема 1.5. Правовые аспекты креативных индустрий	Содержание учебного материала	2	ОК 01-04, ПК 2.3
	Авторское право, патенты и лицензирование	2	
Тема 1.6. Бюджетирование и планирование ресурсов	Содержание учебного материала	8/6пр.	ОК 01-04, ПК 2.3
	Особенности бюджетирования проектов в сфере креативных индустрий	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическое занятие 5. «Анализ рисков. Методы управление рисками»	2	
	2. Практическое занятие 6. «Составление бюджета проекта в соответствии с концепцией»	4	
Тема 1.7. Проектная документация (разработка бизнес- плана)	Содержание учебного материала	12/8пр.	ОК 01-04, ПК 2.3
	Основы создание бизнес-плана. Эффективные методики.	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	1. Практическое занятие 7. «Разработка бизнес-плана проекта»	6	
	2. Практическое занятие 8. «Подготовка презентации бизнес-проектов»	2	
	Самостоятельная работа	2	ОК 01-04, ПК 2.3
	Разработка прототипа креативного продукта и подготовка презентационных материалов	2	
Промежуточная аттестация в форме защиты проекта	В том числе практических и лабораторных занятий	4/4пр.	ОК 01-04, ПК 2.3
	Практическое занятие 9. «Взаимные презентации бизнес-проектов»	4	
Итого 6 семестр		36	
<i>лекции</i>		<i>12</i>	
<i>практические занятия</i>		<i>22</i>	
<i>самостоятельная работа</i>		<i>2</i>	
Всего:		54	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

Лаборатория «Компьютерной графики», оснащенная в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.2. Основные печатные и электронные издания

1. Бондарева Н.А. Методы расчета основных технико-экономических показателей проекта/ Н.А. Бондарева, А. Ю. Родина. – Москва: КНОРУС, 2023. - 208 с.

2. Куклина, Е. Н. Основы учебно-исследовательской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Н. Куклина, М. А. Мазниченко, И. А. Мушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 235 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08818-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538555>

3. Управление проектами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560696>

4. Зуб, А. Т. Управление проектами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Т. Зуб. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 397 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17511-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562264>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоенности компетенций	Методы оценки
Умения		
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска - использовать в работе актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; - применять в деятельности профессиональную терминологию; - самостоятельно выстраивать траекторию профессионального саморазвития и самообразования; - применять техники финансовой грамотности - применять в деятельности знания о психологии коллектива; - организовывать деятельность коллектива; - грамотно выстраивать взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик - разрабатывать и презентовать концепции проектов, отвечающих требованиям рынка;	Разрабатывать и оформлять проектную документацию, бизнес-план. Презентовать концепты кросс-дисциплинарных проектов	Оценка групповых проектов студентов

- формировать междисциплинарные команды и эффективно распределять роли и зоны ответственности; - планировать и управлять бюджетом проекта; - разрабатывать маркетинговую стратегию проекта		
Знания		
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности - номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации - актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; - профессиональную терминологию; - способы определения и выстраивания траектории профессионального развития и самообразования; - основы финансовой грамотности - психологические основы деятельности коллектива; - правила организации деятельности коллектива; - правила взаимодействия с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик - специфику креативных индустрий: особенности рынка, целевые аудитории, тренды, конкурентную среду; - основные этапы разработки коммерческого проекта: от поиска идеи до реализации и анализа результатов; - инструменты и методы планирования и управления проектами	Основ разработки и оформления проектной документации, бизнес-плана. Основ презентации концепта кросс-дисциплинарных проектов	Оценка групповых проектов студентов

Рабочая программа
дисциплины

ОП.11 ВВЕДЕНИЕ В ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ
В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Рабочая программа ***ОП.11 Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях*** разработана по запросу работодателя за счет вариативной части Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама** и участием в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

Разработчик:

Прохорова И.А., преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

<u>СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ</u>	40
<u>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА</u>	41
<u>РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	41
<u>1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	41
<u>1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины</u>	41
<u>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	43
<u>2.1. Трудоемкость освоения дисциплины</u>	43
<u>2.2. Содержание дисциплины</u>	44
<u>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	48
<u>3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины</u>	48
<u>3.2. Учебно-методическое обеспечение</u>	48
<u>4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</u>	50

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.11 ВВЕДЕНИЕ В ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина **ОП.11 Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях** включена в вариативную часть общепрофессионального цикла образовательной программы, разработана с учетом запросов работодателей и с привлечением специалистов-практиков из креативных индустрий.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<i>Код ОК, ПК</i>	Уметь	Знать
ОК 01	- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	- определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска	- номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации

ОК 03	- использовать в работе актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; - применять в деятельности профессиональную терминологию; - самостоятельно выстраивать траекторию профессионального саморазвития и самообразования	- актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; - профессиональную терминологию; - способы определения и выстраивания траектории профессионального развития и самообразования
ОК 04	- применять в деятельности знания о психологии коллектива; - грамотно выстраивать взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик	- психологические основы деятельности коллектива; - правила организации деятельности коллектива; - правила взаимодействия с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик
ПК 2.4	- адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время; - организовывать работу коллектива при создании креативного продукта	- способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени; - основы распределения задач при работе над креативным проектом; - структуру рабочих процессов и циклы производства - технологии тайм-менеджмента

1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП

Учебная дисциплина ОП.11 Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях не предусмотрена ФГОС СПО и введена полностью за счет часов вариативной части с целью более углубленного изучения материала и получения обучающимися дополнительных компетенций, умений и знаний для эффективного планирования работы специалистов с применением техник оперативного менеджмента и повышения личной эффективности при создании креативного продукта, а также для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда по рекомендации работодателей и участием в проекте «Подготовка кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования на основе модели колледжа креативных индустрий».

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	34	22
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	2	-
Промежуточная аттестация в форме <i>итогового тестирования</i>	2*	2*
Всего	36	22

Примечание:

* - входят в число часов учебных занятий

2.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1. Технологии тайм-менеджмента	Содержание учебного материала	10/6пр.	ОК 01-04, ПК 2.4
	1. Введение в тайм-менеджмент	2	
	2. История развития тайм-менеджмента	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическое занятие №1. «Классических техники личного тайм-менеджмента»	2	
	2. Практическое занятие №2. «Актуальные техники личного тайм-менеджмента»	4	
Тема 2. Тайм-менеджмент в креативных индустриях	Содержание учебного материала	10/6пр.	ОК 01-04, ПК 2.4
	1. Организация рабочего пространства специалиста	2	
	2. Производственные процессы при создании креативного продукта	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	1. Практическое занятие №3. «Психологические аспекты самоорганизации»	2	
	2. Практическое занятие №4. «Повышение личной эффективности при создании креативных продуктов»	4	
Тема 3. Организация работы коллектива исполнителей при создании креативных продуктов	Содержание учебного материала	14/8пр./2с.р.	ОК 01-04, ПК 2.4
	1. Распределение задач между специалистами	2	
	2. Тайм-менеджмент и оперативный менеджмент	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	1. Практическое занятие №5. «Целеполагание и декомпозиция целей»	4	

	2. Практическое занятие №6. «Самоменеджмент и эффективное делегирование»	4	
	В том числе самостоятельная работа обучающихся	2	
Промежуточная аттестация		2/2пр.	
Итого 4 семестр		36	
лекции		12	
практические занятия		22	
самостоятельная работа		2	
Всего:		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет «Социально-экономических дисциплин», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1 Основные печатные и электронные издания

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 327 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18492-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561942>
2. Казначевская Г.К. Менеджмент. Учебник. / Г.К. Казначевская. — М.: Кнорус, 2023г.
3. Коргова, М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 167 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16237-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565942>
4. Коргова, М. А. Менеджмент. Управление организацией: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Коргова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 206 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18729-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565939>
5. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 543 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19928-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561050>
6. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / под редакцией Ю. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 595 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18120-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562748>
7. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 379 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17649-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560671>

8. Михалева, Е. П. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5662-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559564>

9. Савина, Н.В. Основы тайм-менеджмента: учебник для вузов / Н.В. Савина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 101 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19580-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569182>

10. Слинкова, О.К. Самоменеджмент: учебник для среднего профессионального образования / О. К. Слинкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 116 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16476-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568519>

11. Тайм-менеджмент. Полный курс: учебное пособие / Г.А. Архангельский, М.А. Лукашенко, Т.В. Телегина, С.В. Бехтерев; под редакцией Г.А. Архангельского, П. Суворовой. — Москва: Альпина Паблишер, 2025. — 311 с. — ISBN 978-5-9614-1881-1. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/148634>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоенности компетенций	Методы оценки
Умения		
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска; - использовать в работе актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; - применять в деятельности профессиональную терминологию; - самостоятельно выстраивать траекторию профессионального саморазвития и самообразования; - применять в деятельности знания о психологии коллектива; - грамотно выстраивать взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик; - адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время; - организовывать работу коллектива при создании креативного продукта	Умеет использовать техники, методики и правила тайм-менеджмента в работе и учебе	Наблюдение за работой обучающегося в микрогруппе, индивидуальное и групповое задание
Знания		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации; - актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; - профессиональную терминологию; - способы определения и выстраивания траектории профессионального развития и самообразования; - психологические основы деятельности коллектива; - правила организации деятельности коллектива; - правила взаимодействия с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик; - способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени; - основы распределения задач при работе над креативным проектом; - структуру рабочих процессов и циклы производства - технологии тайм-менеджмента	Умеет использовать техники, методики и правила тайм-менеджмента в работе и учебе	Наблюдение за работой обучающегося в микрогруппе, индивидуальное и групповое задание

Рабочая программа
дисциплины

ОП.12 СПОСОБЫ ПОИСКА РАБОТЫ И
ТРУДОУСТРОЙСТВА

2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ***ОП.12 Способы поиска работы и трудоустройства*** разработана за счет вариативных часов в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама.**

Разработчик:

Кузнецова О.В., - преподаватель КГА ПОУ ХТК

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	4
1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины	6
2.2. Содержание дисциплины.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
3.1. Материально-техническое обеспечение	10
3.2. Учебно-методическое обеспечение	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 СПОСОБЫ ПОИСКА РАБОТЫ И ТРУДОУСТРОЙСТВА

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «Способы поиска работы и трудоустройства» - получение обучающимися умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда.

Дисциплина «Способы поиска работы и трудоустройства» включена в вариативную часть общепрофессионального цикла образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06 ОК 09	- анализировать направленность личности - составлять алгоритм поиска работы; - выдерживать конкуренцию на рынке труда; - ориентироваться в структуре государственной службы занятости; - оформлять документы для трудоустройства; - проходить собеседования; - использовать эффективные методы и приемы самопрезентации - заниматься самообразованием, культурно выражать свои мысли; - планировать и реализовывать профессиональную карьеру	- сферы деятельности человека, структуру профессионального самоопределения; - психологические свойства личности, структуру собственной направленности; - понятие «рынок труда», спрос и предложения на рынке труда; - факторы, влияющие на выбор и успешный поиск работы - способы получения информации о вакансиях; - условия обращения к посредническим организациям; - правила проведения собеседования; - типы и виды профессиональной деятельности; - правила и методы поиска работы; - права и обязанности молодых специалистов	

ПК 5.1 ПК 5.2	- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, фото, аудио, видео, анимации - проводить основные мероприятия связей с общественностью - применять средства связи, - владеть техникой переговоров, устного общения, включая телефонные переговоры; - владеть культурой межличностного общения	- виды рекламных средств и средств распространения рекламы - субъектов рекламного процесса и их взаимодействие - организационную структуру организаций, направления рекламной работы - этику делового общения; - основы делопроизводства	- контактирования с производителями рекламы по вопросам производства и размещения - оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком - выбора и использования основных инструментов, оборудования и офисной оргтехники - организации связи со средствами массовой информации

1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП

Учебная дисциплина ОП.12 Способы поиска работы и трудоустройства введена за счет часов вариативной части с целью более углубленного изучения материала и получения обучающимися компетенций, необходимых для самопрезентации, инструментов и методов поиска работы.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	34	16
<i>Курсовая работа (проект)</i>	-	-
Самостоятельная работа	2	
Промежуточная аттестация в <i>форме тестирования</i>	2*	2*
Всего	36	16

Примечание:

* - входят в число учебных занятий

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Занятость населения		12/4пр.	
Тема 1.1. Рынок труда	Содержание учебного материала	4	ОК 01-06 ОК 09, ПК 5.1- 5.2
	Рынок труда в РФ. Понятие Рынок труда. Спрос и предложение на труд. Законы рынка труда. Современное состояние рынка труда, его особенности. Распределение и востребованность выпускников вуза на рынке труда. Распределение и востребованность специальностей на рынке труда. Особенности регионального рынка труда. Молодежь на рынке труда.	2	
	Профессиональная деятельность. Виды, типы, режимы профессиональной деятельности. Классификация профессий. Профессиональная направленность личности. Профессиональная деятельность в государственном секторе и на негосударственных предприятиях. Индивидуальная трудовая и творческая деятельность. Характеристика профессий и специальностей с точки зрения гарантии трудоустройства. «Вечные» профессии и специальности (обслуживающие насущные потребности человека). «Сквозные» (распространенные) профессии и специальности. «Дефицитные» профессии и специальности. «Перспективные» профессии и специальности. «Свободные» профессии и специальности (для режима самозанятости)	2	
Тема 1.2 Государственное регулирование занятости	Содержание учебного материала	4/2пр	
	Государственная служба занятости населения. Понятие «занятость населения», виды занятости. Государственная программа занятости населения в РФ. Государственная программа «Содействие занятости населения до 2030 года». Самозанятость. Индивидуальное предпринимательство. Мониторинг занятости	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	

	Анализ рынка труда Хабаровского края. Исследование банка вакансий и требований работодателей на портале «Работа в России»	2	
Тема 1.3 Профессиональная карьера	Содержание учебного материала	4/2пр	
	Трудоустройство выпускников ПОУ. Понятие «карьера», «профессиональная карьера». Типы и варианты карьерного продвижения. Модели построения карьеры. Фазы становления профессионала и этапы планирования и реализации карьеры. Мотивация карьеры. Формирование целей карьеры. Гибкие и профессиональные навыки и их роль в построении карьеры	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Планирование профессиональной карьеры. Составление схемы карьерограммы. Составление индивидуального карьерного плана выпускника.	2	
Раздел 2. Психологические основы профессиональной деятельности		14/8пр.	
Тема 2.1. Профессиональная пригодность	Содержание учебного материала	4/2пр	ОК 01-06 ОК 09, ПК 5.1- 5.2
	Деятельность человека и проф. деятельность. Профессиональная деятельность личности. Профессия и профессиограмма.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Психологические основы профессиональной пригодности. Понятие «профессиональная пригодность». Влияние психофизиологических особенностей человека на освоение профессии. Свойства нервной системы и профессиональная деятельность. Здоровье и профпригодность. Психодиагностическая работа с тестами профпригодности.	2	
Тема 2.2 Основы психической саморегуляции	Содержание учебного материала	4/2пр	
	Основы психической саморегуляции. Понятие психической саморегуляции. Естественные способы саморегуляции. Способы самовоздействия.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Самооценка стрессоустойчивости и способы устранения негативного влияния стресса.	2	
Тема 2.3 Стратегии поведения на рынке труда. Эффективная самопрезентация	Содержание учебного материала	6/4пр	
	Стратегия поведения на рынке труда Методы поиска работы. Современное резюме. Непосредственное обращение к работодателю. Использование посреднических фирм и организаций. Использование личных связей. Ярмарки вакансий	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Составление резюме. Оформление сопроводительного письма. Портфолио выпускника	2	

	Межличностное взаимодействие при трудоустройстве. Самопрезентация. Правила ведения личных и телефонных переговоров. Деловой этикет. Тренинг «Собеседование с работодателем»	2	
Раздел 3. Правовые основы трудоустройства		8/2пр/2с.р.	
Тема 3.1. Нормативно-правовые акты в области трудового права	Содержание учебного материала	4	ОК 01-06 ОК 09, ПК 5.1- 5.2
	Правовые акты, регулирующие трудоустройство на территории Российской Федерации. Трудовой договор. Нормативно-правовая база трудоустройства. Основные положения Трудового кодекса. Особенности приема на работу выпускников профессиональных образовательных организаций. Трудовой договор: стороны, виды, содержание. Гарантии и льготы молодым специалистам	2	
	Особенности трудового соглашения (гражданско-правового договора). Самозанятость. Понятие гражданско-правового договора, виды, стороны, содержание. Плательщик профессионального налога (самозанятость): сферы деятельности, виды.		
	Самостоятельная работа: Оформление самозанятости. Способы регистрации плательщика профессионального налога.	2	
Тема 3.2 Порядок приема на работу	Содержание учебного материала	4/2пр	
	Оформление приема на работу. Комплект документов при приеме на работу. Перечень документов при приеме на работу. Анкетирование соискателя. Порядок подписания трудового договора (соглашения). Приказ о приеме на работу. Фиксация трудового стажа: Трудовая книжка.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Составление автобиографии	2	
Промежуточная аттестация в форме тестирования		2пр.	
Итого в 6 семестре:		36	
<i>теоретическое обучение</i>		18	
<i>практические занятия</i>		16	
<i>самостоятельная работа</i>		2	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Социально-экономических дисциплин», оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-К.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Корнейчук, Б. В. Рынок труда: учебник для вузов / Б. В. Корнейчук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07391-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512708>

2. Кязимов, К. Г. Рынок труда и занятость населения: учебник для вузов / К. Г. Кязимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 214 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15521-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568362>

3. Семенова, Л. М. Управление персоналом. Имиджбилдинг на рынке труда: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14393-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567986>

4. Способы и порядок защиты трудовых прав работника: учебное пособие для вузов / М. О. Буянова [и др.]; под редакцией М. О. Буяновой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19112-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555973>

5. Управление персоналом. Рынок труда: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Е. Б. Яковлевой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 252 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14401-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567987>

3.2.2. Дополнительные источники

1. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/

2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 24.07.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2023) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знает: - сферы деятельности человека, структуру профессионального самоопределения; - психологические свойства личности, структуру собственной направленности; - понятие «рынок труда», спрос и предложения на рынке труда; - факторы, влияющие на выбор и успешный поиск работы - способы получения информации о вакансиях; - условия обращения к посредническим организациям; - правила проведения собеседования; - типы и виды профессиональной деятельности; - правила и методы поиска работы; - права и обязанности молодых специалистов Умеет: - анализировать направленность личности - составлять алгоритм поиска работы; - выдерживать конкуренцию на рынке труда; - ориентироваться в структуре государственной службы занятости; - оформлять документы для трудоустройства; - проходить собеседования; - использовать эффективные методы и приемы самопрезентации - заниматься самообразованием, культурно выражать свои мысли; - планировать и реализовывать профессиональную карьеру	Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов. Не менее 75% правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии.	Оценка результатов тестирования Устный опрос Оценка результатов выполнения практических и самостоятельных работ

Приложение 3
к ОПОП-К по специальности
42.02.01 Реклама

Материально-техническое оснащение специальных помещений для реализации образовательной программы,
включая программное обеспечение

1. Материально-техническое оснащение

1.1. Оснащение кабинетов

Кабинет «Социально-экономических дисциплин»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированно е	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	СГ.01, ОП.06, ОП.07, ОП.11, ОП.12
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Ноутбук	ТС	Специализированное	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
4	Компьютерная мышь	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	
5	Экран	ТС	Специализированное	Диагональ экрана (дюйм) не менее 100", 254 см, Рабочая поверхность не менее 203*152, ширина полотна не менее 203 см	
6	Телевизор	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированно е	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
7	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
8	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
9	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Иностранного языка»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	СГ.02
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Персональный компьютер в сборе с клавиатурой	ТС	Специализированное	Монитор диагональ не менее 17", разрешение не менее 800х600, частота не менее 60 Гц,	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				Процессор базовая частота не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Tb	
4	Компьютерная мышь	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	
5	Принтер	Оборудование	Специализированное	Тип устройства -принтер Тип печати- лазерный Цветность -черно-белая Максимальный формат - А4. Размещение - настольный	
6	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
7	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
8	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Безопасности жизнедеятельности»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	СГ.03
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Персональный компьютер в сборе	ТС	Специализированное	Монитор диагональ не менее 17", разрешение не менее 800х600, частота не менее 60 Гц, Процессор базовая частота не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Tb	
4	Компьютерная мышь	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	
5	Телевизор	ТС	Специализированное	LED, диагональ экрана не менее 50", вход HDMI	
6	Проектор	ТС	Специализированное	Потолочный, технология проекции 3LCD, разрешение не менее 1024х768, яркость 3300 лм	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
7	Экран	ТС		Диагональ экрана (дюйм) не менее 100", 254 см, Рабочая поверхность не менее 203*152, ширина полотна не менее 203 см	
8	Видеоплеер	ТС	Специализированное	Тип - DVD/HDD Емкость жесткого диска - 80 ГБ, Разъемы и интерфейсы - SCART, выход аудио (стерео), выход видео композитный, выход видео компонентный	
9	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
10	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
11	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Основ композиции в рекламе»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ОП.01
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Ноутбук	ТС	Специализированное	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
4	Компьютерная мышь	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	
5	Доска стеклянная для мела	ТС	Специализированное	Изготовлена из безопасного закаленного стекла толщиной 6 мм и имеют безопасные аккуратные края. Крепление четырех точечное;	
6	Мольберты металлические	ТС	Специализированное	Для рисования по холсту на подрамнике. Корпус	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				мольберта изготовлен из металла, Общая высота не менее 140 см, МАХ высота ножек до 120 см, Подходит для картин высотой до 82 см	
9	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
10	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
11	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Рисунка и живописи в рекламе»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ОП.01
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
3	Ноутбук	ТС	Специализированное	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
4	Компьютерная мышь	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	
5	Доска стеклянная для мела	ТС	Специализированное	Изготовлена из безопасного закаленного стекла толщиной 6 мм и имеют безопасные аккуратные края. Крепление четырех точечное;	
6	Мольберты металлические	ТС	Специализированное	Для рисования по холсту на подрамнике. Корпус мольберта изготовлен из металла, Общая высота не менее 140 см, МАХ высота ножек до 120 см, Подходит для картин высотой до 82 см	
9	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
10	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
11	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Основы финансовой грамотности»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	СГ.05, ОП.09
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
4	Интерактивная доска	ТС	Специализированное	Диагональ экрана не менее 75", вход HDMI, USB порт - наличие.	
5	Ноутбук	ТС	Специализированное	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
6	Проектор	ТС	Специализированное	Потолочный, технология проекции 3LCD,	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				разрешение не менее 1024x768, яркость 3300 лм	
7	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
8	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
9	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Основ бережливого производства»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	СГ.06
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Ноутбук	ТС	Специализированное	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора не менее 1,1	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
4	Телевизор	ТС	Специализированное	LED, диагональ экрана не менее 50", вход HDMI	
5	Принтер	Оборудование	Специализированное	Тип устройства -принтер Тип печати- лазерный Цветность -черно-белая Максимальный формат - A4. Размещение - настольный	
6	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
7	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
8	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Психологии в рекламе»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ОП.05

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Автоматизированное рабочее место	ТС	Специализированное	Моноблок с клавиатурой или Ноутбуком. Диагональ не менее 15", Базовая частота процессора не менее 2,2 ГГц/ DDR4 не менее 16 GB/ SSD 1Tb/ видеокарта не менее 4GB, с ОС + мышь (интерфейс подключения – USB) + ИБП (полная выходная мощность не менее 1000 Вт)	
4	Интерактивная доска	ТС	Специализированное	Диагональ экрана не менее 75", вход HDMI, USB порт - наличие.	
5	Телевизор	ТС	Специализированное	LED, диагональ экрана не менее 50", вход HDMI	
6	Проектор	ТС	Специализированное	Потолочный, технология проекции 3LCD, разрешение не менее 1024х768, яркость 3300 лм	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
7	Тележка для зарядки ноутбуков	Оборудование	Специализированное	Мобильная тележка / шкаф для зарядки, хранения и быстрого перемещения не менее 14 ноутбуков	
8	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
9	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
10	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Истории экранных искусств»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ОП.03
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Ноутбук	ТС	Специализированное	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
4	Экран	ТС	Специализированное	Диагональ экрана (дюйм) не менее 100", 254 см, Рабочая поверхность не менее 203*152, ширина полотна не менее 203 см	
5	Проектор	Оборудование	Специализированное	Потолочный, технология проекции 3LCD, разрешение не менее 1024x768, яркость 3300 лм	
6	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
7	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
8	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Маркетинговых исследований»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ПМ.01
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Ноутбук	ТС	Специализированное	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
4	Принтер	Оборудование	Специализированное	Тип устройства -принтер Тип печати- лазерный Цветность -черно-белая Максимальный формат - A4. Размещение - настольный	
5	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
6	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
7	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ОП.04, ПМ.04, ПМ.05
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Шкаф	Мебель	Основное	ЛДСП, Модульный принцип шкафа создает различные системы хранения	
4	Картотечный шкаф А0	Мебель	Специализированное	Шкафы металлические, ВхШхГ, мм: не менее 465х1000х650	
5	Картотечный шкаф А1	Мебель	Специализированное	Шкафы металлические, ВхШхГ, мм: не менее 465х1000х650	
6	Шкаф для документов закрывающийся	Мебель	Основное	Шкафы металлические, ВхШхГ, мм: не менее 1600х850х400	
7	Стол макетный (для резки, сборки) (используется по мере необходимости)	Мебель	Основное	Глубина стола должна быть не менее 60 см, а ширина не меньше 100 см	
8	Тумба на колесиках	Мебель	Основное	Тумба на колесиках под струйный принтер,	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				ЛДСП, не менее Ш: 424, В: 580, Г: 547	
9	МФУ лазерный цветной	Оборудование	Специализированное	Лазерный цветной А3 Тип печати - цветная, технология печати - лазерная, формат печати А3, наличие интерфейсов для подключения - Ethernet (RJ-45) и USB с функцией печати и сканирования	
10	Телевизор со стойкой с кронштейном	ТС	Специализированное	LED, диагональ экрана не менее 65", вход HDMI, USBпорт - наличие. Мобильная стойка для телевизоров. Соответствие по типу крепления и нагрузке с выбранным телевизором	
11	Автоматизированное рабочее место	ТС	Специализированное	Моноблок с клавиатурой или Ноутбуком. Диагональ не менее 15", Базовая частота процессора не менее 2,2 ГГц/ DDR4 не менее 16 GB/ SSD 1Tb/ видеокарта не менее 4GB, с ОС + мышь (интерфейс подключения – USB) +	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				ИБП (полная выходная мощность не менее 1000 Вт)	
12	Широкоформатный плотер А0	Оборудование	Специализированное	Струйный, цветной. Формат А0.	
13	Резак для бумаги электрический	Оборудование	Специализированное	Устройство для резки. Ширина листа 420- 500 мм. Высота стопы не менее 500 листов.	
14	Автоматический биговщик	Оборудование	Специализированное	Виды бумаг: металлизированная, ламинированная, под УФ-лаком, и т.п	
15	Струйный принтер	Оборудование	Специализированное	Струйная цветная печать. Печать без полей, печать фотографий. Формат не менее А4	
16	Брашюратор А4 (металл)	Оборудование	Специализированное	Тип пружины - металлическая 3:1 Толщина переплета: не менее 120 листов	
17	Брашюратор А4 (пластик)	Оборудование	Специализированное	Тип пружины - пластиковая Толщина переплета: не менее 120 листов	
18	Рулонный ламинатор	Оборудование	Специализированное	Тип ламинатора рулонный А3, Тип ламинирования горячий, холодный.	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				Ширина ламинирования от 360 мм Скорость ламинирования - не менее 2 м/мин Толщина ламинирования - от 2 мм	
19	Обрезчик углов	Оборудование	Специализированное	Многофункциональный настольный обрезчик. Механический. Выполняет 3 функции: обрезка углов с различным радиусом и конфигурацией (сменные ножи). Высота стопы не менее 10 мм Количество листов не менее 100	
20	Мультирезак	Оборудование	Специализированное	Механический мультирезак. Мах формат листа: не менее А4. Тип резки: сабельный. Мах длина реза: 330 мм	
21	Тампонный станок	Оборудование	Специализированное	Ручной тампонный станок. Размер клише не менее 100x100 мм.	
22	Текстильный принтер	Оборудование	Специализированное	Переносит изображение на ткани из хлопка, трикотажа. Система печати текстильными или текстильными	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				пигментными чернилами. Интерфейс подключения к ПК - USB Цифровая прямая печать на ткани. формат печати составляет не менее 30см х 42 см.	
23	Коммутатор управляемый, монтируемые в стойку	Оборудование	Специализированное	Управляемый Ethernet-коммутатор не менее 16 портов 100BaseFX ports	
24	Шкаф коммутационный	Оборудование	Специализированное	Шкаф коммутационный с "Пачт панелью", блоком розеток, органайзером и крепежным комплектом. Ширина: не менее 482 мм Глубина: не менее 300 мм Высота: не менее 280 мм	
25	Тележка для зарядки ноутбуков	Оборудование	Специализированное	Мобильная тележка / шкаф для зарядки, хранения и быстрого перемещения ноутбуков , количество отсеков - не менее 12	
26	Увлажнитель воздуха для типографии (Обязательным требованием в помещениях полиграфии (типографии) является поддержание относительной влажности воздуха 45 – 60% и температуры воздуха 18 –	Оборудование	Специализированное	Профессиональный адиабатический увлажнитель воздуха. Эффективность	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
	23 градусов Цельсия. (ТТ0002.01 Климатические требования в типографии))			испарителя — не менее 1200 г. в час	
27	Комплект учебно-методической документации.	УМК	Основное		
28	Расходные материалы	УМК	Основное		
29	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	Специализированное		
30	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	Специализированное		

Кабинет «Брендинга и бренд менеджмента»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ПМ.03
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Компьютер в сборе с монитором, клавиатура и мышью	ТС	Специализированное	Монитор диагональ не менее 17", разрешение не менее 800х600, частота не менее 60 Гц, Процессор базовая	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				частота не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Tb	
4	Проектор	ТС	Специализированное	Потолочный, технология проекции 3LCD, разрешение не менее 1024x768, яркость 3300 лм	
5	Экран	ТС	Специализированное	Диагональ экрана (дюйм) не менее 100", 254 см, Рабочая поверхность не менее 203*152, ширина полотна не менее 203 см	
6	МФУ А3 цветной	Оборудование	Специализированное	Цветное лазерное многофункциональное устройство формата А3. Производительность до 24/12 страниц форматов А4/А3 в минуту (цветная и черно- белая печать). Скорость печати с дуплексным блоком: 22 листа формата А4 в минуту Скорость сканирования с	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				дуплексным блоком: 22 листа формата А4 в минуту	
7	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
8	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	Основное		
9	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	Основное		

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ОП.10 ПМ. 02, ПМ.03
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Ноутбук	ТС	Специализированное	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора не менее 1,1	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
4	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
5	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
6	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

1.2. Оснащение лабораторий/ мастерских/ зон по видам работ/тренажерных комплексов

Лаборатория «Информационных технологий»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ОП.02 ОП.08
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Автоматизированное рабочее место	ТС	Специализированное	Моноблок с клавиатурой или Ноутбуком. Диагональ не менее 15", Базовая частота	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				процессора не менее 2,2 ГГц/ DDR4 не менее 16 GB/ SSD 1Tb/ видеокарта не менее 4GB, с ОС + мышь (интерфейс подключения – USB) + ИБП (полная выходная мощность не менее 1000 Вт)	
4	Компьютерная мышь	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	
5	Телевизор	ТС	Специализированное	LED, диагональ экрана не менее 50", вход HDMI	
6	Принтер	Оборудование	Специализированное	Тип устройства -принтер Тип печати- лазерный Цветность -черно-белая Максимальный формат - A4. Размещение - настольный	
7	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
8	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	основное		
	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	основное		

Лаборатория «Цифровых коммуникационных технологий»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионально го модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ПМ.03, ПМ.04, ПМ.05
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Автоматизированное рабочее место	ТС	Специализированное	Моноблок с клавиатурой или Ноутбуком. Диагональ не менее 15", Базовая частота процессора не менее 2,2 ГГц/ DDR4 не менее 16 GB/ SSD 1Tb/ видеокарта не менее 4GB, с ОС + мышь (интерфейс подключения – USB) + ИБП (полная выходная мощность не менее 1000 Вт)	
4	Телевизор со стойкой с кронштейном	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	
5	Конференционная радиосистема	ТС	Специализированное	Система конференцсвязи. В состав системы входят устройства для проведения	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионально го модуля, дисциплины
				мероприятий: ручные и поясные микрофоны, зарядные станции, беспроводная точка доступа, гибкие сетевые аудио интерфейсы и функциональное программное обеспечение для дистанционного управления и мониторинга.	
6	Колонки	ТС	Специализированное	Колонки компьютерные Частотный диапазон не менее 80-20000 Гц Мощность не менее 6 Вт	
7	Тележка для зарядки ноутбуков	Оборудование	Специализированное	Мобильная тележка / шкаф для зарядки, хранения и быстрого перемещения не менее 14 ноутбуков	
8	МФУ лазерный	Оборудование	Специализированное	Тип печати - лазерный, формат печати А4, скорость печати не менее 20 стр/мин, наличие функции печати и сканирования	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионально го модуля, дисциплины
9	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
10	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	Основное		
11	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	Основное		

Лаборатория «Компьютерной графики»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ОП.04, ОП.10, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04, ПМ.05
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Персональный компьютер в сборе	ТС	Специализированное	Монитор диагональ не менее 17", разрешение не менее 800х600, частота не менее 60 Гц, Процессор базовая частота не менее 1,1 ГГц/	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Tb	
4	Компьютерная мышь	ТС	Специализированное	Интерфейс: USB Разрешение dpi: 1000	
5	МФУ	Оборудование	Специализированное	Цветное лазерное многофункциональное устройство формата А3. Производительность до 24/12 страниц форматов А4/А3 в минуту (цветная и черно- белая печать). Скорость печати не менее 20 стр/мин, наличие автоподатчика, наличие интерфейсов для подключения - Ethernet (RJ-45) и USB с функцией печати и сканирования	
6	Проектор	ТС	Специализированное	Потолочный, технология проекции 3LCD, разрешение не менее 1024x768, яркость 3300 лм	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
7	Экран	ТС	Специализированное	Диагональ экрана (дюйм) не менее 100", 254 см, Рабочая поверхность не менее 203*152, ширина полотна не менее 203 см	
8	комплект учебно-методических материалов для обучающихся и преподавателя	УМК	Основное		
9	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	Основное		
10	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	Основное		

Лаборатория «Видеостудия»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ПМ.05
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
3	Основное : фотокамера, объектив, студийный свет	Оборудование	основное	Комплект профессионального оборудования для создания качественных снимков	
4	Вспомогательное: софтбоксы, зонты, фоны, отражатели, рефлекторы, штативы, реквизит	Оборудование	основное	Комплект для поддержки и стабилизации основного оборудования, упрощения процесса фотографирования	
5	МФУ	Оборудование	Специализированное	Цветное лазерное многофункциональное устройство формата А3. Производительность до 24/12 страниц форматов А4/А3 в минуту (цветная и черно-белая печать). Скорость печати не менее 20 стр/мин, наличие автоподатчика, наличие интерфейсов для подключения - Ethernet (RJ-45) и USB с функцией печати и сканирования	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
6	Компьютеры с программным обеспечением на каждого обучающегося (системный блок, монитор, клавиатура, мышь)	ТС	основное	Моноблок с клавиатурой Диагональ не менее 15", Базовая частота процессора не менее 2,2 ГГц/ DDR4 не менее 16 GB/ SSD 1Tb/ видеокарта не менее 4GB, с ОС + мышь (интерфейс подключения – USB) + ИБП (полная выходная мощность не менее 1000 Вт)	
7	комплект аудио и видеоматериалов к учебным занятиям	УМК	основное		
	плакаты	УМК	основное		
8	электронные презентации к урокам	УМК	основное		
9	комплекты дидактических материалов	УМК	основное		

Лаборатория «Фотостудия»

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	ПМ.05
2	Посадочные места по количеству обучающихся: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
3	Основное : фотокамера, объектив, студийный свет	Оборудование	основное	Комплект профессионального оборудования для создания качественных снимков	
4	Вспомогательное: софтбоксы, зонты, фоны, отражатели, рефлекторы, штативы, реквизит	Оборудование	основное	Комплект для поддержки и стабилизации основного оборудования, упрощения процесса фотографирования	
5	МФУ	Оборудование	Специализированное	Цветное лазерное многофункциональное устройство формата А3. Производительность до 24/12 страниц форматов А4/А3 в минуту (цветная и черно-белая печать). Скорость	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				печати не менее 20 стр/мин, наличие автоподатчика, наличие интерфейсов для подключения - Ethernet (RJ-45) и USB с функцией печати и сканирования	
6	Компьютеры с программным обеспечением на каждого обучающегося (системный блок, монитор, клавиатура, мышь)	ТС	основное	Моноблок с клавиатурой Диагональ не менее 15", Базовая частота процессора не менее 2,2 ГГц/ DDR4 не менее 16 GB/ SSD 1Tb/ видеокарта не менее 4GB, с ОС + мышь (интерфейс подключения – USB) + ИБП (полная выходная мощность не менее 1000 Вт)	
7	комплект аудио и видеоматериалов к учебным занятиям	УМК	основное		
8	плакаты	УМК	основное		
9	электронные презентации к урокам	УМК	основное		
10	комплекты дидактических материалов	УМК	основное		

1.3. Оснащение спортивного комплекса/зал
Спортивный зал №10

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	СГ. 04
2	Шкаф (для одежды, книжный)	Мебель	Основное	ЛДСП, Модульный принцип шкафа создает различные системы хранения	
3	Гимнастические скамейки	Мебель	Основное	Стандартные. Дерево	
4	Тренажер для пресса	Оборудование	Специализированный	Спортивный	
5	Тренажер силовой	Оборудование	Специализированный	Спортивный	
6	Теннисный стол	Мебель	Специализированный	Стандартный. Дерево	
7	Маты гимнастические	Оборудование	Основное	Спортивные. Поролон	
8	Ноутбук	ТС	Специализированный	Диагональ не менее 10", Базовая частота процессора не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Gb	
9	Стенка гимнастическая	Оборудование	Основное	Встроенная, дерево	
10	Щиты баскетбольные	Оборудование	Основное	Встроенные, дерево	
11	Кольца баскетбольные	Оборудование	Основное	Встроенные, корзина-металл, сетка	
12	Перекладина навесная	Оборудование	Основное	Спортивная	
13	Брусья навесные	Оборудование	Основное	Спортивная	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код дисциплины
14	Комплект учебно-методической документации.	УМК	Основное		

1.4. Оснащение помещений, задействованных при организации самостоятельной и воспитательной работы
Библиотека

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
2	Стеллажи под книги	Оборудование	Специализированный	Стеллаж библиотечный двухсторонний. Габаритные размеры (Ширина х Глубина х Высота), мм: 900х520х1900	
3	Компьютер в сборе с монитором, клавиатурой и мышью	ТС	Специализированное	Монитор диагональ не менее 17", разрешение не менее 800х600, частота не менее 60 Гц, Процессор базовая частота не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Tb	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
4	МФУ цветной	Оборудование	Специализированное	Лазерный цветной А4 Тип печати - цветная, технология печати - лазерная, формат печати А4, скорость печати не менее 20 стр/мин, наличие автоподатчика, наличие интерфейсов для подключения - Ethernet (RJ-45) и USB с функцией печати и сканирования	
5	Комплект учебно-методической документации.	УМК	Основное	Библиотечный фонд	

Читальный зал

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
1	Посадочные места по количеству обучающихся (20): стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
2	Стеллажи под книги	Мебель	Специализированное	Стеллаж библиотечный двухсторонний. Габаритные размеры	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
				(Ширина x Глубина x Высота), мм: 900x520x1900	
3	Компьютер в сборе с монитором, клавиатурой и мышью	ТС	Специализированное	Монитор диагональ не менее 17", разрешение не менее 800x600, частота не менее 60 Гц, Процессор базовая частота не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Tb	
4	МФУ цветной	Оборудование	Специализированное	Лазерный цветной А4 Тип печати - цветная, технология печати - лазерная, формат печати А4, скорость печати не менее 20 стр/мин, наличие автоподатчика, наличие интерфейсов для подключения - Ethernet (RJ-45) и USB с функцией печати и сканирования	
5	Комплект учебно-методической документации.	УМК	Основное	Библиотечный фонд	

Актoвый зал

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
6	Рабочее место преподавателя: стол, стул	Мебель	Основное	Стол: (ШхГхВ): не менее 110х60х75 см, стул (ШхГхВ): не менее 460*450*820 мм	
7	Посадочные места по количеству обучающихся: 168 кресел	Мебель	Основное	Кресло театральное	
8	Сцена	Мебель	Основное	Встроенная, размер 6,72*11,64	
9	Компьютер в сборе с монитором, клавиатура и мышь	ТС	Специализированное	Монитор диагональ не менее 17", разрешение не менее 800х600, частота не менее 60 Гц, Процессор базовая частота не менее 1,1 ГГц/ DDR3 не менее 4 GB/ HDD 250Tb	
10	Музыкальная аудиосистема	ТС	Специализированное	Комплект: Трансляционный микшер- усилитель с мультимедиа модулем, колонки - напольная акустика	
11	Телевизор	ТС	Специализированное	LED, диагональ экрана не менее 50", вход HDMI	

№	Наименование	Тип	Основное/ специализированное	Краткая (рамочная) техническая характеристика	Код профессионального модуля, дисциплины
12	электронные средства обучения/интерактивные пособия / онлайн курсы (по предметной области)	УМК	Специализированное		
13	демонстрационные учебно-наглядные пособия	УМК	Специализированное		

2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Перечень необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

№ п/п	Наименование лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	Код и наименование учебной дисциплины (модуля)
1	1С-Битрикс: CMS и фреймворк для разработки веб-сайтов и интернет-магазинов	ОП.01, ОП.02, ОП.03, ОП.04, ОП.05, ОП.06, ОП.07, ОП.08, ОП.09, ОП.10, ОП.11, ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04, ПМ.05
2	UMI.CMS: CMS для создания веб-сайтов и онлайн-магазинов	
3	ISPmanager: панель управления веб-хостингом и виртуальными серверами	
4	1С: Предприятие: платформа для разработки информационных систем и автоматизации бизнес-процессов	
5	Лаборатория Касперского: различные инструменты для анализа и обнаружения уязвимостей в программах	
6	Photoshop Illustrator Bridge Autodesk 3dsMax Animate Premiere Pro Microsoft Office CorelDRAW	

ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

по специальности

42.02.01 Реклама
(Очная форма обучения)

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации № 552 от 21.06.2023, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации № 74908 от 22.08.2023.

Программа государственной итоговой аттестации по специальности **42.02.01 Реклама** рассмотрена и одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии «Креативные индустрии».

Содержание

Основные положения.....	4
1 Паспорт программы государственной итоговой аттестации.....	6
1.1 Область применения программы ГИА	6
1.2 Цели и задачи государственной итоговой аттестации	8
2. Структура, содержание и условия допуска к государственной итоговой аттестации .	11
2.1 Форма и сроки проведения государственной итоговой аттестации	11
2.2 Объем времени на подготовку и проведение ГИА	11
2.3 Требования к дипломной работе (проекту)	12
2.4 Руководство дипломной работой (проектом).....	12
2.5 Структура и содержание дипломного проекта (работы).....	13
2.6 Методика оценивания написания и защитыдипломного проекта (работы).....	16
2.7 Процедура защиты дипломного работы (проекта).....	17
3 Организация проведения демонстрационногоэкзамена	20
3.1 Порядок проведения демонстрационного экзамена.....	20
3.2 Критерии оценки результатов демонстрационного экзамена.....	23
4. Организация работы и состав государственной экзаменационной комиссии.....	24
5. Порядок подачи и рассмотрения апелляционных заявлений	25
6. Организация и порядок проведения государственной итоговой аттестации	26
6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	26
6.2 Информационное обеспечение ГИА.....	26
Приложение № 1	26
Приложение № 2	30
Приложение № 3	34
Приложение № 4	37
Приложение № 5	74
Приложение № 6	75

Основные положения

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации № 552 от 21.06.2023, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации № 74908 от 22.08.2023;
- Приказ Минпросвещения России от 03.07.2024 № 464 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования»;
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 08 ноября 2021 года № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования», с изменениями, внесенными приказом Министерства просвещения РФ от 19.01.2023 № 37.
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Устава КГА ПОУ ХТК;
- Локальных актов колледжа.

При разработке программы государственной итоговой аттестации определены:

- форма и вид государственной итоговой аттестации;
- сроки проведения государственной итоговой аттестации;
- требования к выпускной квалификационной работе;
- условия подготовки и процедура проведения государственной итоговой аттестации;
- критерии оценки уровня и качества подготовки выпускника.

Программа ГИА является частью ОПОП-К по программе подготовки специалистов среднего звена и определяет совокупность требований к ГИА, в том числе к содержанию, организации работы, оценочным материалам ГИА

выпускников по данной специальности.

В программе государственной итоговой аттестации разработана тематика дипломных работ, отвечающая следующим требованиям: овладение профессиональными компетенциями, комплексность, реальность, актуальность, уровень современности используемых средств.

Требования к дипломной работе по специальности доводятся до выпускников в процессе изучения общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Обучающиеся знакомятся с содержанием, методикой выполнения дипломной работы и критериями оценки результатов защиты за шесть месяцев до начала итоговой государственной аттестации. К государственной итоговой аттестации допускаются обучающиеся, выполнившие все требования основной профессиональной образовательной программы и успешно прошедшие промежуточные аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Программа государственной итоговой аттестации ежегодно обновляется на заседании предметно-цикловой комиссии «Креативные индустрии» и утверждается приказом колледжа после её обсуждения на педагогическом совете при непосредственном участии работодателей.

1 Паспорт программы государственной итоговой аттестации

1.1 Область применения программы ГИА

Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) проводится для установления соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы по специальности, соответствующей требованиям ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, с учетом требований регионального рынка труда, их готовность и способность решать профессиональные задачи.

По результатам ГИА выпускнику по специальности 42.02.01 Реклама присваивается квалификация: Специалист по рекламе.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен быть готов к выполнению видов деятельности, предусмотренных образовательной программой (таблица 1), и демонстрировать результаты освоения образовательной программы (таблица 2).

Таблица 1

Виды деятельности

Код и наименование вида деятельности (ВД)	Код и наименование профессионального модуля (ПМ), в рамках которого осваивается ВД
1	2
В соответствии с ФГОС	
ВД 1 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
ВД 4 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
<i>Виды деятельности по освоению одной или нескольких профессий рабочих, должностей служащих</i>	
ВД 5 Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ПМ.05 Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Программа государственной итоговой аттестации – является частью основной профессиональной образовательной программой в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения видов профессиональной деятельности (далее – ВПД) и соответствующих профессиональных компетенций (далее – ПК):

Таблица 2

Перечень результатов, демонстрируемых выпускником

Оцениваемые виды деятельности	Профессиональные компетенции
ВД 1 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	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
ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	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
	ПК 2.3 Разрабатывать концепции проектов, отвечающих требованиям рынка (в)
	ПК 2.4 Организовывать работу коллектива при создании креативного продукта (в)
ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	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
	ПК 3.4 Применять современные технологии в области креативных индустрий в профессиональной деятельности (в)
ВД 4 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	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
	ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов

ВД 5 Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ПК 5.2 Размещение и сопровождение заказа ПК 5.3 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений

Предметом государственной итоговой аттестации выпускника по основным профессиональным образовательным программам на основе Федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования является оценка качества подготовки выпускников, которая осуществляется в двух основных направлениях:

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка компетенций обучающихся.

1.2 Цели и задачи государственной итоговой аттестации

Целью государственной итоговой аттестации является комплексная оценка качества и уровня подготовки выпускника, а также соответствие его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, требованиям работодателей. В то же время, ГИА призвана способствовать систематизации и закреплению знаний и умений обучающегося по специальности при решении конкретных профессиональных задач, определять уровень подготовки выпускника к самостоятельной работе в области профессиональной деятельности выпускников: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии, 08 Финансы и экономика.

Таблица 3

Перечень профессиональных стандартов, учитываемых при разработке программы ГИА:

№	Код и Наименование ПС	Реквизиты утверждения	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ
1	08.035 Маркетолог	Приказ Минтруда России от 04.06.2018 № 366н	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
2	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	Приказ Минтруда России от	ОТФ А Проведение подготовительных	ТФ А/01.4 Составление списка ключевых слов,

		19.02.2019 № 95н	работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ E Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	отражающих специфику веб-сайта ТФ В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ E/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
3	06.013 Специалист по информационным ресурсам	Приказ Минтруда России от 19.07.2022 № 420н	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта

			Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
4	11.013 Графический дизайнер	Приказ Минтруда России от 17.01.2017 № 40н	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
5	11.010 Фотограф	Приказ Минтруда России от 22.12.2014 № 1077н	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра

Задачи государственной итоговой аттестации:

- определение соответствия навыков, умений и знаний выпускников современным требованиям рынка труда, квалификационным требованиям ФГОС СПО и регионального рынка труда;
- определение степени сформированности профессиональных компетенций, личностных качеств, соответствующих ФГОС СПО и наиболее востребованных на рынке труда.

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама при реализации программы подготовки специалистов среднего звена установлена форма государственной итоговой аттестации: демонстрационный экзамен и защита дипломного проекта (работы).

При реализации федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования учитывается сформированность общих компетенций, таких как:

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.

ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
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.
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Оценивание уровня освоения общих компетенций обеспечивается адекватностью содержания технологий и форм государственной итоговой аттестации.

2. Структура, содержание и условия допуска к государственной итоговой аттестации

2.1 Форма и сроки проведения государственной итоговой аттестации

Форма – защита дипломной работы (проекта) и демонстрационный экзамен.

Объем времени и сроки, отводимые на выполнение дипломной работы: 4 недели с 22 мая 2028 по 16 июня 2028.

Демонстрационный экзамен: с 20 июня 2028 по 21 июня 2028.

Защита дипломной работы (проекта) с 26 июня 2028 по 30 июня 2028.

Оценка квалификации выпускников осуществляется при участии работодателей.

2.2 Объем времени на подготовку и проведение ГИА

Количество часов, отводимое на государственную итоговую аттестацию:

всего – 6 недель, в том числе:

выполнение дипломной работы (проекта) – 4 недели,

демонстрационный экзамен – 1 неделя,

защита дипломной работы (проекта) – 1 неделя.

2.3 Требования к дипломной работе (проекту)

Темы дипломных работ (проектов) должны иметь практико-ориентированный характер и соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Перечень тем дипломных работ:

- разрабатывается преподавателями профессионального цикла в рамках профессиональных модулей;
- рассматривается на заседаниях ПЦК «Экономика и коммерция»;
- согласовывается с работодателями;
- утверждается после предварительного положительного заключения работодателей.

Темы утверждаются приказом директора колледжа. Выпускнику предоставляется право выбора темы дипломной работы (проекта) из предложенного перечня тем (

Приложение № 1). Выпускник имеет право предложить собственную тему дипломной работы (проекта), предварительно согласованную с работодателем.

Выбранная студентом тема согласуется с заместителем директора по производственной работе и утверждается приказом колледжа.

Тема дипломного проекта (работы) должна отражать актуальность, новизну и практическую значимость и выполняться, по возможности, по предложениям (заказам) предприятий, организаций, инновационных компаний, высокотехнологичных производств или образовательных организаций.

Задание на дипломный проект (работу) рассматривается на заседании предметно-цикловой комиссии, подписывается руководителем дипломного проекта (работы) и утверждается заместителем директора по производственной работе.

Экспертиза на соответствие требованиям ФГОС разработанных заданий для дипломной работы, основных показателей оценки результатов выполнения и защиты работ, осуществляется на заседании предметно-цикловой комиссии колледжа.

В отдельных случаях допускается выполнение дипломного проекта (работы) группой обучающихся. При этом индивидуальные задания выдаются каждому обучающемуся.

Для подготовки дипломного проекта (работы) студенту назначается руководитель и консультанты.

2.4 Руководство дипломной работой (проектом)

Перечень и закрепление за студентами тем дипломных проектов (работ), назначение руководителей и консультантов по отдельным частям дипломного проекта (работы) (экономическая часть, графическая часть,

исследовательская часть, экспериментальная часть, опытная часть и т.п.), осуществляется приказом колледжа.

В обязанности руководителя дипломного проекта (работы) входит:

- разработка задания на подготовку дипломного проекта (работы);
- разработка совместно с обучающимися плана написания дипломной работы (проекта);
- оказание помощи обучающемуся в разработке индивидуального графика работы на весь период выполнения дипломного проекта (работы);
- консультирование обучающегося по вопросам содержания и последовательности выполнения дипломного проекта (работы);
- оказание помощи обучающемуся в подборе необходимых источников;
- контроль хода выполнения дипломного проекта (работы) в соответствии с установленным графиком в форме регулярного обсуждения с руководителем и обучающимся хода работ;
- оказание помощи (консультирование обучающегося) в подготовке презентации и доклада для защиты дипломного проекта (работы);
- предоставление письменного отзыва.

В обязанности консультанта дипломного проекта (работы) входит:

- руководство разработкой индивидуального плана подготовки и выполнения дипломного проекта (работы) в части содержания консультируемого вопроса;
- оказание помощи обучающемуся в подборе необходимой литературы в части содержания консультируемого вопроса;
- контроль хода выполнения дипломного проекта (работы) в части содержания консультируемого вопроса.

Часы консультирования входят в общие часы руководства дипломным проектом (работой) и определяются колледжем самостоятельно.

2.5 Структура и содержание дипломного проекта (работы)

Разработка структуры дипломного проекта (работы) осуществляется с учетом требований:

- ЕСТД и ЕСКД, ГОСТ 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» (введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 24 октября 2017 г. № 1494-ст);
- Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 2.105-2019 «Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам» (утв. и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 апреля 2019 г. N 175-ст).

При выполнении и защите дипломной работы (проекта) выпускник в

соответствии с требованиями федерального государственного стандарта среднего профессионального образования демонстрирует уровень готовности самостоятельно решать конкретные профессиональные задачи по работе с технической документацией, выбирать технологические операции, параметры и режимы ведения процесса.

По структуре дипломный проект (работа) состоит из теоретической и практической частей. Объем работы должен составлять не менее 30 листов формата А4.

Дипломная работа (проект) должны включать:

- титульный лист;
- бланк задания;
- отзыв;
- рецензия;
- содержание;
- введение;
- основная часть (теоретический, аналитический раздел, практический разделы;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Введение – вступительная часть дипломного проекта (работы). Объём введения должен быть – 1,5-2 страницы. Введение к дипломному проекту (работе) в обязательном порядке содержит следующие элементы: актуальность, цель, задачи, объект и предмет дипломного проекта (работы).

При работе над основной частью важно наиболее ярко показать весь комплекс знаний по специальности, раскрыть индивидуальные способности обучающегося в области средств массовой информации, издательства и полиграфии.

Основная часть дипломной работы (проекта) должна состоять из практической и теоретической частей.

В теоретической части дается теоретическое освещение темы на основе полученной информации, аспектов изучаемого объекта и предмета дипломной работы (проекта). В ней содержится обзор используемых источников информации и нормативной базы по теме.

В практической части проводится анализ практического материала, полученного во время производственной практики, а также разрабатываются практические предложения и мероприятия по улучшению деятельности организации и контроля текущей деятельности работников различных служб (структурных подразделений) с учётом инновационных изменений.

Изложение содержания работы должно быть строго логичным. Особое внимание следует обратить на переход от одного раздела к другому. Содержание основной части должно соответствовать тематике дипломной

работы (проекта).

Заключение содержит выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрывает значимость полученных результатов. Заключение подводит итог решения тех задач, которые были поставлены в дипломном проекте (работе) (1-2 страницы). Заключение должно содержать краткие выводы по результатам работы, отражающим новизну и практическую значимость, предложения по использованию результатов. После заключения размещается список использованных источников и приложения, являющиеся важной частью дипломного проекта (работы) и отражающие самостоятельность и творческий подход студента. При составлении списка источников и литературы необходимо соблюдать определённую последовательность в перечислении библиографических записей. Список использованных источников отражает перечень источников, которые использовались при написании дипломного проекта (работы) (не менее 20).

Введение и заключение являются обязательными разделами дипломного проекта (работы). Во введении осуществляется обоснование актуальности и практической значимости выбранной темы, формулируются цели и задачи, объект и предмет дипломного проекта (работы), круг рассматриваемых проблем. Заключение дипломного проекта (работы) содержит выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрывает значимость полученных результатов. Заключение лежит в основе выступления обучающегося на защите.

После раздела «Введение» следует включать список сокращений, представляющий собой перечень использованных в работе аббревиатур и сокращений, с их полной расшифровкой (за исключением общепринятых) в алфавитном порядке.

Содержание дипломного проекта (работы) включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения. Название главы не должно дублировать название темы, а название параграфов – название глав. Формулировки должны быть лаконичными и отражать суть главы (параграфа). Используемая в тексте терминология должна соответствовать общепринятой терминологии в научной и технической литературе. Условные буквенные обозначения механических, физических, математических и других величин, а также условные графические обозначения должны соответствовать установленным стандартам. Единицы измерения, используемые в пояснительной записке, должны соответствовать Международной системе измерений [СИ] и единицам, допускаемым к применению наравне с ними.

Дипломный проект (работа) пишется в стилистике научного текста, для которого характерна четкая логическая последовательность изложения, упорядоченная система связи между частями высказываний, обеспечение точности, сжатости, однозначности терминов и понятий.

Список использованных источников составляется в следующем порядке:

- 1) законы Российской Федерации;
- 2) указы Президента Российской Федерации;
- 3) постановления Правительства Российской Федерации;
- 4) нормативные акты, инструкции;
- 5) иные официальные материалы (резолюции рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
- 6) монографии, учебники, учебные пособия;
- 7) иностранная литература;
- 8) интернет-ресурсы.

Оформление текста дипломного проекта (работы) производится с учетом требований:

1) Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 2.105-2019 «Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам» (утв. и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 апреля 2019 г. N 175-ст);

2) ГОСТ 7.32-2017 Межгосударственный стандарт. «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» (введен в действие Приказом Росстандарта от 24.10.2017 N 1494-ст).

Приложения могут состоять из копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

2.6 Методика оценивания написания и защиты дипломного проекта (работы)

Выполненный дипломный проект (работа) должен:

- соответствовать разработанному заданию;
- включать анализ информационных источников по теме с обобщениями и выводами, сопоставлениями и оценкой различных точек зрения;
- продемонстрировать требуемый уровень общенаучной и специальной подготовки выпускника, его способность и умения применять на практике приобретенные знания, практические умения, общие и профессиональные компетенции в соответствии с ФГОС СПО.

По завершении обучающимся подготовки дипломного проекта (работы) руководитель проверяет качество работы, подписывает ее и вместе с заданием и своим письменным отзывом передает заместителю директора по производственной работе.

В отзыве руководителя дипломного проекта (работы) указываются характерные особенности работы, ее достоинства и недостатки, а также соответствие основным критериям ее выполнения: актуальности темы, практической значимости и новизне дипломного проекта (работы), степень

самостоятельности обучающегося и его личный вклад в раскрытие проблем и разработку предложений по их решению, грамотность изложения материала, соответствие оформления работы предъявляемым требованиям. Заканчивается отзыв выводом о возможности (невозможности) допуска дипломного проекта (работы) к защите.

Дипломные проекты (работы) подлежат обязательному рецензированию. Рецензирование дипломного проекта (работы) проводится с целью обеспечения объективности оценки труда выпускника. Выполненные дипломные работы рецензируются специалистами из числа работников предприятий, организаций, преподавателей образовательных учреждений, компетентных в вопросах, связанных с тематикой дипломных проектов (работ).

Рецензенты дипломных проектов (работ) определяются не позднее 1 месяца до защиты.

Рецензия должна включать:

- заключение о соответствии дипломного проекта (работы) заявленной теме и заданию на него (нее);
- оценку качества выполнения каждого раздела дипломного проекта (работы);
- оценку степени разработки поставленных вопросов и практической значимости работы;
- общую оценку качества выполнения дипломного проекта (работы).

Содержание рецензии доводится до сведения выпускника не позднее 1 дня до защиты работы. Внесение изменений в дипломный проект (работу) после получения рецензии не допускается.

Педагогический совет при наличии положительного отзыва руководителя рецензии решает вопрос о допуске обучающегося к защите.

2.7 Процедура защиты дипломного работы (проекта)

В рамках подготовки к ГИА колледж имеет право проводить предварительную защиту дипломного проекта (работы), не ранее, чем за месяц до утвержденной даты ГИА.

Защита проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии (далее – ГЭК) с участием не менее двух третей ее состава. Решения ГЭК принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии ГЭК или его заместителя. При равном числе голосов голос председателя на заседании ГЭК является решающим.

Процедура защиты устанавливается председателем ГЭК по согласованию с членами ГЭК и включает доклад обучающегося (не более 7-10 минут), чтение отзыва и рецензии, вопросы членов комиссии, ответы

обучающегося. Может быть предусмотрено выступление руководителя дипломного проекта (работы), а также рецензента, если он присутствует на заседании ГЭК.

К защите допускаются лица, завершившие полный курс обучения и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом (Положения об итоговой государственной аттестации выпускников), в соответствии с ФГОС СПО это уровень освоения компетенций по специальности.

На государственной итоговой аттестации выпускник представляет ГЭК портфолио индивидуальных образовательных достижений, свидетельствующий об оценках его квалификации. Портфолио достижений выпускника может включать отчет о ранее достигнутых результатах, дополнительные сертификаты, свидетельства (дипломы) олимпиад, конкурсов, выставок и т.п., творческие работы по профилю специальности, характеристики с мест прохождения производственной практики.

Во время доклада обучающийся использует подготовленный наглядный материал, иллюстрирующий основные положения дипломного проекта (работы). На защиту дипломного проекта (работы) обучающемуся рекомендуется представить электронную презентацию, включающую не более 25 слайдов. На слайдах могут быть отражены цели и задачи дипломного проекта (работы), основные этапы её разработки, выводы о целесообразности и перспективах практического применения результатов дипломного проекта (работы). Электронная презентация должна помогать обучающемуся представить членам ГЭК достоинства выполненной работы, подтвердить освоение общих и профессиональных компетенций. Презентация создается в соответствующей программе, выполняется в едином стиле. Цветовая гамма и использование анимации не должны препятствовать адекватному восприятию информации.

При определении оценки по защите дипломного проекта (работы) учитываются: качество устного доклада выпускника, свободное владение материалом дипломного проекта (работы), глубина и точность ответов на вопросы, отзыв руководителя и оценка рецензента.

Результаты защиты дипломного проекта (работы) определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» в соответствии с критериями оценки (Приложение 2). Оценки объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседания ГЭК (Приложение № 3).

Решение ГЭК оформляется протоколом, который подписывается председателем (в случае отсутствия председателя - его заместителем и секретарем из числа членов ГЭК) и хранится в архиве колледжа.

Обучающемуся, не выполнившему дипломную работу (проект) или получившему оценку «неудовлетворительно» при его защите, выдается справка об обучении или периоде обучения установленного образца.

Обучающиеся, не прошедшие ГИА или получившие на ГИА неудовлетворительные результаты, проходят ГИА не ранее чем через шесть месяцев после прохождения ГИА впервые.

Обучающийся, не прошедший ГИА по неуважительной причине или получивший неудовлетворительную оценку, восстанавливается на период ГИА, для ее прохождения по соответствующей образовательной программе СПО. Порядок прохождения повторной защиты дипломного проекта (работы) для обучающихся, не явившихся на защиту по уважительной причине (по медицинским показаниям или в других исключительных случаях, документально подтвержденных) определяется колледжем самостоятельно на основе Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам СПО. Повторное прохождение ГИА для одного обучающегося назначается образовательной организацией не более двух раз.

Порядок проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья регламентируется Порядком проведения ГИА по образовательным программам среднего профессионального образования, проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников.

3 Организация проведения демонстрационного экзамена

3.1 Порядок проведения демонстрационного экзамена

Демонстрационный экзамен (далее – ДЭ) – оценка результатов обучения методом наблюдения за выполнением трудовых действий на рабочем месте.

Особенности демонстрационного экзамена:

- добровольность участия на основании заявления выпускника;
- оценка компетенций методом наблюдения за процессом выполнения задания в процессе работы;
- комплексная оценка.

Демонстрационный экзамен проводится по двум уровням:

- базовый уровень проводится на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего профессионального образования, установленных ФГОС СПО;
- профильный уровень проводится по решению колледжа на основании заявлений выпускников на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего профессионального образования, установленных в соответствии с ФГОС СПО, включая квалификационные требования, заявленные организациями, работодателями, заинтересованными в подготовке кадров соответствующей квалификации, в том числе являющимися стороной договора о сетевой форме реализации образовательных программ и (или) договора о практической подготовке обучающихся.

Формат, порядок организации и проведения демонстрационного экзамена, включая требования к процедурам и участникам, регламентированы Положением об организации и проведении демонстрационного экзамена в рамках промежуточной аттестации и государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования.

Центр проведения демонстрационного экзамена (далее – ЦПДЭ) – аккредитованная площадка, оснащенная для выполнения заданий демонстрационного экзамена в соответствии с установленными требованиями по компетенции.

Экспертная группа демонстрационного экзамена – группа экспертов, оценивающих выполнение заданий демонстрационного экзамена.

Принципы проведения: открытость, публичность, доверительная атмосфера.

Этапы демонстрационного экзамена:

- проверка и настройка оборудования сертифицированными экспертами;
- инструктаж;
- экзамен;
- подведение итогов;
- оглашение результатов.

Документы для проведения демонстрационного экзамена:

- техническое описание заданий для ДЭ (описание объема работы, его формата и структуры, нормы времени, выбор оборудования и материалов);
- инфраструктурные листы (список материалов, оборудования и всех предметов, необходимых для экзамена);
- критерии оценки экзамена по отдельным компетенциям (профессиям);
- индивидуальный оценочный лист экзаменуемого;
- шкалы приведения балловой системы к оценочной;
- протоколы ДЭ и ГИА;
- документация по охране труда и технике безопасности.

Демонстрационный экзамен проводится с использованием комплектов оценочной документации (далее – КОД) по специальности 42.02.01 Реклама, размещенных в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» и представляющих собой комплекс требований стандартизированной формы к выполнению заданий определенного уровня, оборудованию, оснащению и застройке площадки, составу экспертных групп и методики проведения оценки экзаменационных работ (Приложение № 4).

При проведении демонстрационного экзамена в составе государственной экзаменационной комиссии создается экспертная группа из числа лиц, приглашенных из сторонних организаций и обладающих профессиональными знаниями, навыками и опытом в сфере, соответствующей профессии или специальности среднего профессионального образования или укрупненной группы профессий и специальностей, по которой проводится демонстрационный экзамен. Экспертная группа во главе с главным экспертом, назначается приказом колледжа не позднее чем, за 3 (три) месяца до начала демонстрационного экзамена.

Количественный состав экспертов определяется в соответствии с требованиями, предусмотренными выбранным КОД по специальности 42.02.01 Реклама.

Выпускники проходят демонстрационный экзамен в ЦПДЭ в составе экзаменационных групп. Колледж организует регистрацию всех заявленных участников и обеспечивает заполнение всеми участниками личных кабинетов на площадке формирования цифрового паспорта компетенций не позднее, чем за 2 (два) месяца до начала демонстрационного экзамена. При этом обработка и хранение персональных данных проводится в соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных».

Участники демонстрационного экзамена должны ознакомиться с подробной информацией о плане проведения экзамена с обозначением обеденных перерывов и времени завершения экзаменационных заданий/модулей, ограничениях времени и условий допуска к рабочим местам, включая условия, разрешающие участникам покинуть рабочие места и площадку, информацию о времени и способе проверки оборудования, информацию о пунктах и графике питания, оказании медицинской помощи, о

характере и диапазоне санкций, которые могут последовать в случае нарушения правил и плана проведения экзамена (Приложение № 5).

Выпускники знакомятся со своими рабочими местами, под руководством главного эксперта также повторно знакомятся с планом проведения демонстрационного экзамена, условиями оказания первичной медицинской помощи в центре проведения экзамена. Факт ознакомления отражается главным экспертом в протоколе распределения рабочих мест.

После получения экзаменационного задания и дополнительных материалов к нему, участникам демонстрационного экзамена предоставляется время на ознакомление, которое не включается в общее время проведения экзамена и составляет не менее 15 минут. К выполнению экзаменационных заданий участники демонстрационного экзамена приступают после указания Главного эксперта.

Участник демонстрационного экзамена, нарушивший правила поведения на экзамене и/или чье поведение мешает процедуре проведения экзамена, получает предупреждение с занесением в протокол учета времени и нештатных ситуаций, который подписывается Главным экспертом и всеми членами экспертной группы. Потерянное время при этом не компенсируется участнику демонстрационного экзамена, нарушившему правило. После повторного предупреждения участник демонстрационного экзамена удаляется с площадки, вносится соответствующая запись в протоколе с подписями Главного эксперта и всех членов экспертной группы.

Оценка не должна выставляться в присутствии участника демонстрационного экзамена, если иное не предусмотрено оценочной документацией по компетенции.

Результаты выполнения выпускниками заданий демонстрационного экзамена подлежат фиксации экспертами экспертной группы в соответствии с требованиями комплекта оценочной документации и задания демонстрационного экзамена.

Подписанный главным экспертом и членами экспертной группы и заверенный членом государственной экзаменационной комиссии итоговый протокол передается в ГЭК, копия - главному эксперту для включения в пакет отчетных материалов.

В случае удаления из центра проведения экзамена выпускника, лица, привлеченного к проведению демонстрационного экзамена, или присутствующего в центре проведения экзамена, главным экспертом составляется акт об удалении. Результаты государственной итоговой аттестации выпускника, удаленного из центра проведения экзамена, аннулируются государственной экзаменационной комиссией (далее – ГЭК), и такой выпускник признаётся ГЭК, не прошедшим государственную итоговую аттестацию по неуважительной причине.

Выпускники, не прошедшие ГИА по неуважительной причине, в том числе не явившиеся для прохождения ГИА без уважительных причин (далее - выпускники, не прошедшие ГИА по неуважительной причине) и выпускники,

получившие на ГИА неудовлетворительные результаты, могут быть допущены образовательной организацией для повторного участия в ГИА не более двух раз.

Дополнительные заседания ГЭК организуются в установленные колледжем сроки, но не позднее четырех месяцев после подачи заявления выпускником, не прошедшим ГИА по уважительной причине.

Выпускники, не прошедшие ГИА по неуважительной причине, и выпускники, получившие на ГИА неудовлетворительные результаты, отчисляются из образовательной организации и проходят ГИА не ранее чем через шесть месяцев после прохождения ГИА впервые.

Выпускникам, не прошедшим ГИА по уважительной причине, в том числе не явившимся для прохождения ГИА по уважительной причине (далее - выпускники, не прошедшие ГИА по уважительной причине), предоставляется возможность пройти ГИА без отчисления из образовательной организации.

Для прохождения ГИА выпускники, не прошедшие ГИА по неуважительной причине, и выпускники, получившие на ГИА неудовлетворительные результаты, восстанавливаются в колледж на период времени, установленный колледжем самостоятельно, но не менее предусмотренного календарным учебным графиком для прохождения ГИА соответствующей образовательной программы среднего профессионального образования.

3.2 Критерии оценки результатов демонстрационного экзамена

Процедура оценивания результатов выполнения заданий демонстрационного экзамена осуществляется членами экспертной группы по 100-балльной системе в соответствии с требованиями комплекта оценочной документации.

Баллы за выполнение заданий демонстрационного экзамена выставляются в соответствии со схемой начисления баллов, приведенной в комплекте оценочной документации.

Необходимо осуществить перевод полученного количества баллов в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Перевод полученного количества баллов в оценки осуществляется государственной экзаменационной комиссией с обязательным участием главного эксперта (Приложение № 6).

Максимальное количество баллов, которое можно получить за выполнение задания демонстрационного экзамена, принимается за 100%. Перевод баллов в оценку может быть осуществлен на основе таблицы:

Оценка ГИА/промежуточной аттестации	«2»	«3»	«4»	«5»
Отношение полученного количества баллов кмаксимально возможному (в процентах)	0,00% - 19,99%	20,00% - 39,99%	40,00% - 69,99%	70,00% - 100,00%

Формирование итогового документа о результатах выполнения заданий демонстрационного экзамена по каждому экзаменуемому выполняется автоматизировано с использованием цифровой платформы, где осуществляется автоматизированная обработка внесенных оценок и/или баллов, синхронизация с персональными данными, содержащимися в личных профилях участников, и формируется электронный файл (цифровой паспорт компетенций) по каждому участнику, прошедшему демонстрационный экзамен, с указанием результатов экзаменационных заданий в разрезе выполненных блоков. Форма цифрового паспорта компетенций устанавливается федеральным оператором.

Учет выданных цифровых паспортов компетенций ведется федеральным оператором в электронном реестре в соответствии с присвоенным регистрационным номером.

Выпускник может ознакомиться с результатами выполненных экзаменационных заданий в личном профиле. Право доступа кроме выпускника к результатам демонстрационного экзамена может быть предоставлено также предприятиям-партнерам федерального оператора в соответствии с подписанными соглашениями (в том числе участникам образовательно-производственных кластеров) с соблюдением норм федерального законодательства о защите персональных данных.

Баллы выставляются в протоколе проведения демонстрационного экзамена, который подписывается каждым членом экспертной группы и утверждается главным экспертом после завершения экзамена для экзаменационной группы.

При выставлении баллов присутствует член ГЭК, не входящий в экспертную группу, присутствие других лиц запрещено.

Подписанный членами экспертной группы и утвержденный главным экспертом протокол проведения демонстрационного экзамена далее передается в ГЭК для выставления оценок по итогам ГИА.

4. Организация работы и состав государственной экзаменационной комиссии

В целях определения соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама соответствующим требованиям ФГОС СПО государственная итоговая аттестация проводится государственной экзаменационной комиссией.

Государственная экзаменационная комиссия формируется из педагогических работников колледжа, лиц, приглашенных из сторонних организаций, в том числе педагогических работников, представителей работодателей или их объединений, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности выпускников по специальности 42.02.01 Реклама.

Состав государственной экзаменационной комиссии утверждается приказом директора колледжа. Государственную экзаменационную комиссию возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность государственной экзаменационной комиссии, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам. Председателем государственной экзаменационной комиссии утверждается лицо, не работающее в образовательной организации, из числа руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность, соответствующую области профессиональной деятельности по специальности 42.02.01 Реклама.

Государственная экзаменационная комиссия действует в течение одного календарного года.

Для проведения демонстрационного экзамена в составе государственной экзаменационной комиссии создается экспертная группа, которую возглавляет главный эксперт для организации оценивания выполнения студентами заданий демонстрационного экзамена. Количество экспертов и состав экспертной группы определяются колледжем на основе условий, указанных в комплекте оценочной документации для демонстрационного экзамена по специальности 42.02.01 Реклама. Состав экспертной группы утверждается приказом колледжа.

5. Порядок подачи и рассмотрения апелляционных заявлений

В соответствии с п.7 Положения об организации и проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденным приказом № 20/1-ОД от 18.04.2024 выпускник, участвовавший в государственной итоговой аттестации, или родитель (законный представитель) несовершеннолетнего выпускника имеет право подать в апелляционную комиссию письменное апелляционное заявление о нарушении, по его мнению, установленного порядка проведения государственной итоговой аттестации и (или) несогласии с ее результатами (далее – апелляция).

Апелляция подается лично выпускником или родителями (законными представителями) несовершеннолетнего выпускника в апелляционную комиссию образовательной организации.

Апелляция о нарушении порядка проведения государственной итоговой аттестации подается непосредственно в день проведения государственной итоговой аттестации, в том числе до выхода из центра проведения экзамена. Апелляция о несогласии с результатами ГИА подается не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов ГИА.

6. Организация и порядок проведения государственной итоговой аттестации

6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

При выполнении дипломной работы (проекта) программа предполагает наличие кабинета для подготовки к государственной итоговой аттестации.

Оборудование кабинета:

- автоматизированное рабочее место для преподавателя-консультанта;
- автоматизированные рабочие места для обучающихся;
- лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения;
- график проведения консультаций по дипломным работам;
- график поэтапного выполнения дипломных работ;
- комплект методической документации.

Для защиты дипломной работы (проекта) отводится специально подготовленный кабинет.

Оснащение кабинета:

- рабочее место для членов государственной экзаменационной комиссии;
- компьютер, мультимедийный проектор, экран;
- лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.

6.2 Информационное обеспечение ГИА

1. Программа государственной итоговой аттестации.
2. Методические рекомендации по выполнению дипломных работ (проектов).
3. Федеральные законы и нормативные документы.
4. Литература по специальности.
5. Периодические издания по специальности.

Приложение № 1

Перечень примерных тем дипломных работ (проектов)

№ п/п	Тема дипломной работы (проекта)
1.	Разработка рекламной кампании для компании по выбору.
2.	Разработка фирменного стиля и рекламной кампании для компании по выбору.
3.	Рестайлинг как способ обновления бренда, на примере компании по выбору.
4.	Ренейминг как способ обновления бренда, на примере компании по выбору.
5.	Социальная реклама, как инструмент влияния на общество, на примере организации по выбору.

6.	Разработка и внедрение фирменного стиля для компании по выбору
7.	Продвижение компании с использованием инструментов интернет-маркетинга.
8.	Разработка фирменного стиля и рекламного оформления книжного магазина.
9.	Создание персонажа-талисмана, как источника визуального контента.
10.	Фирменный стиль в современных условиях. Разработка для предприятия прохождения ПДП.
11.	Эмблематический рестайлинг для предприятия ПДП. Принципы, концепция, креатив.
12.	Рестайлинг торговой марки, как способ интенсификации брендинга.
13.	Создание торговой марки.
14.	Разработка и создание серии рекламных видеороликов
15.	Продукты и услуги для оформления розничного пространства. Разработка выставочного стенда компании с уникальным дизайном
16.	Создание рекламного продукта для оформления помещений
17.	Определение функций и диапазона использования сувениров в современных условиях. Разработка для предприятия прохождения ПДП
18.	Нейминг. Общие принципы. Использования новых языковых и графических тенденций. Разработка на базе мероприятия или подразделения предприятия
19.	Навигационные системы предприятий в современных условиях. Принципы и разработка на примере предприятия
20.	Нейминг и эмблематический минимум для молодой компании. Алгоритмы и реализация.
21.	Алгоритмы разработки и реализации, разработка серии фотографий в качестве основы микроРК
22.	Мультиэкспозиционная съемка и ретушь при создании серии рекламных пэкшотов. Принципы, целеполагание, алгоритмы реализации на примере товарной или презентационной группы предприятия прохождения ПДП.
23.	Особенности разработки и написания рекламного сценария без актеров. Сценарий рекламного ролика для предприятия прохождения ПДП.
24.	Эмблема как средство идентификации в ситуации конкурентного противостояния на примере
25.	Фирменный стиль как средство идентификации в ситуации конкурентного противостояния на примере
26.	Разработка бизнес-плана предприятия сувенирной продукции и его фирменного стиля.
27.	Особенности производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения деятельности и требований заказчиков.
28.	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
29.	Разработка и создание рекламного продукта.
30.	Проблема оценки эффективности рекламной компании.
31.	Сравнительная характеристика различных средств продвижения торговой марки.
32.	Проведение исследований, обеспечивающих эффективность размещения рекламы.
33.	Особенности разработки средств продвижения рекламного продукта.
34.	Маркетинговые исследования, обеспечивающие эффективность создания рекламы.
35.	Определение и разработка стратегии продвижения рекламного продукта.
36.	Особенности планирования, разработки и технического выполнения рекламного продукта.

37.	Разработка WEB-сайта для косметологического салона
38.	Разработка и продвижение WEB-лендинга для тату-салона
39.	Разработка и продвижение группы в социальной сети «ВКонтакте»
40.	Разработка и создание логотипа, брендбука организации
41.	Реклама на маркетплейсах. Продвижение товара на маркетплейсе.
42.	Разработка мультимедийной презентации социально-ориентированной направленности
43.	Создание фильма-экскурсии на рекламное производство Тамбова
44.	Корпоративное видео как элемент имиджа организации (создание рекламного ролика)
45.	Создание рекламной продукции в живописных техниках
46.	Разработка и выполнение тематической фотосессии
47.	Проект концепции решения рекламы агентства недвижимости
48.	Проект концепции решения рекламы агентства организации праздников
49.	Проект концепции решения рекламы агентства по домашнему персоналу
50.	Проект концепции решения рекламы анимационной студии
51.	Проект концепции решения рекламы аптеки
52.	Проект решения рекламы фотостудии
53.	Проект концепции решения рекламы арт-студии
54.	Проект концепции решения рекламы ателье
55.	Проект концепции решения рекламы барбершопа
56.	Проект концепции решения рекламы библиотеки
57.	Проект концепции решения рекламы бренда
58.	Проект концепции решения рекламы ветеринарной клиники
59.	Проект концепции решения рекламы волонтерского движения
60.	Проект концепции решения рекламы выставки
61.	Проект решения рекламы спортивного клуба
62.	Проект концепции решения рекламы выставочного комплекса
63.	Проект концепции решения рекламы гостиничного комплекса
64.	Проект концепции решения рекламы детского сада
65.	Проект концепции решения рекламы зоомагазина
66.	Проект концепции решения рекламы кафе
67.	Проект концепции решения рекламы кинотеатра
68.	Проект концепции решения рекламы клинингового агентства
69.	Проект концепции решения рекламы книжного магазина.
70.	Проект концепции решения рекламы команды (клуба по интересам, объединения группы лиц).
71.	Проект концепции решения рекламы кондитерской
72.	Проект концепции решения рекламы кофейни
73.	Проект концепции решения рекламы курсов
74.	Проект концепции решения рекламы линии товаров
75.	Проект концепции решения рекламы магазина
76.	Проект концепции решения рекламы мастер классов
77.	Проект концепции решения рекламы мастерской
78.	Проект концепции решения рекламы мебельной студии
79.	Проект концепции решения рекламы медицинского центра
80.	Проект концепции решения рекламы мероприятия
81.	Проект концепции решения рекламы музея
82.	Проект концепции решения рекламы музыкального салона
83.	Проект концепции решения рекламы оздоровительного центра

84.	Проект концепции решения рекламы парикмахерской (салона красоты).
85.	Проект концепции решения рекламы пиццерии
86.	Проект концепции решения рекламы приюта для животных
87.	Проект концепции решения рекламы рекламного агентства
88.	Проект концепции решения рекламы ресторана
89.	Проект концепции решения рекламы службы доставки
90.	Проект концепции решения рекламы спортивного комплекса
91.	Разработка рекламной кампании завода по производству строительных материалов
92.	Разработка рекламной кампании молодежного движения
93.	Разработка рекламной кампании рекламного агентства
94.	Разработка рекламной кампании тренажерного зала
95.	Разработка рекламной кампании магазина санитарно-технической продукции
96.	Разработка рекламной кампании магазина музыкальных инструментов
97.	Разработка рекламной кампании магазина по продаже офисного оборудования
98.	Разработка рекламной кампании образовательного учреждения
99.	Разработка рекламной кампании частного стоматологического кабинета
100.	Разработка рекламной кампании магазина одежды
101.	Разработка рекламной кампании магазина игрушек
102.	Разработка рекламной кампании ювелирного салона
103.	Разработка рекламной кампании для организации, предоставляющей услуги в области WEB-дизайна
104.	Разработка рекламной кампании туристической компании
105.	Разработка рекламной кампании салона-парикмахерской
106.	Разработка рекламной кампании транспортной организации, предлагающей междугородные перевозки
107.	Разработка рекламной кампании ветеринарной клиники
108.	Разработка рекламной кампании школы верховой езды
109.	Разработка рекламной кампании для организации-производителя биотуалетов
110.	Разработка рекламной кампании автосалона
111.	Разработка рекламной кампании обувного магазина
112.	Разработка рекламной кампании гостиницы
113.	Создание рекламного видеофильма
114.	Разработка рекламной кампании хореографического коллектива
115.	Разработка рекламной кампании журнала.
116.	Разработка рекламной кампании медицинского центра по оказанию психологической помощи.
117.	Разработка рекламной кампании магазина канцелярских товаров.
118.	Разработка рекламной кампании зубной пасты.
119.	Разработка рекламной кампании интернет-магазина детской одежды
120.	Разработка рекламной кампании политической партии
121.	Разработка рекламной кампании спрея от насморка
122.	Разработка рекламной мороженого
123.	Разработка рекламной кампании пошивочного ателье
124.	Разработка рекламной кампании ателье штор
125.	Разработка рекламной кампании парка аттракционов
126.	Разработка рекламной кампании суши бара
127.	Разработка рекламной кампании для организации, предоставляющей услуги в области информационной безопасности

128.	Разработка рекламной кампании ремонтно-строительной бригады (жилые помещения)
129.	Использование искусственного интеллекта в рекламе
130.	Использование мессенджера Telegram для продвижения бренда
131.	Мессенджер «Телеграм» как площадка для продвижения товаров и услуг.

Приложение № 2

Критерии оценки выполнения и защиты дипломных работ (проектов)

Наименование критерия	Показатели оценки			
	Отлично «5»	Хорошо «4»	Удовлетворительно «3»	Неудовлетворительно «2»
Актуальность темы, постановка целей и задач	Актуальность темы обоснована. Сформулированы цель, задачи проектирования. Тема сформулирована конкретно, отражает направленность работы. Содержание позволяет полностью раскрыть тему работы. В каждом разделе присутствует обоснование конкретного принятого решения.	Актуальность собственной темы недостаточно конкретизирована. Сформулированы цель, задачи проектирования, но проблема не выявлена и не аргументирована. Содержание связано с темой работы, имеются небольшие отклонения. Логика изложения, в целом, присутствует – одно положение вытекает из другого.	Актуальность либо вообще не обоснована, либо сформулирована в самых общих чертах. Не четко сформулированы цель, задачи проектирования. Содержание и тема работы не всегда согласуются между собой. Некоторые подразделы работы имеют общий характер и не связаны с целью и задачами работы.	Актуальность не обосновывается. Неясны цели и задачи работы (либо они есть, но абсолютно не согласуются с темой). Содержание и тема работы плохо согласуются между собой.

Грамотность технической документации	Профессионально выполнена техническая документация для бизнес-проектов в полном объеме.	Профессионально выполнена техническая документация	Техника выполнения проектной документации недостаточно профессиональна.	Техника выполнения проектной документации не профессиональна.
Самостоятельность в работе	После каждого этапа работы автор делает самостоятельные выводы. Четко, обоснованно и компетентно выражает свое мнение по поводу основных аспектов содержания работы. Достаточно свободно ориентируется в терминологии, используемой в работе.	После каждого этапа работы автор делает выводы. Выводы порой слишком расплывчаты, иногда не связаны с содержанием раздела. Студент не всегда обоснованно и конкретно выражает свое мнение по поводу основных аспектов содержания работы. Ориентируется в терминологии, используемой в работе, но иногда недостаточно компетентен.	Самостоятельные выводы либо отсутствуют, либо присутствуют только формально. Студент недостаточно хорошо ориентируется в тематике, путается в изложении содержания. Слишком большие отрывки (более двух абзацев) переписаны из источников.	Большая часть работы списана из одного источника, либо заимствована из сети Интернет. Авторский текст почти отсутствует (или присутствует только авторский текст.) Руководитель не знает ничего о процессе написания студентом работы, студент отказывается показать черновики, конспекты.
Литература	Количество источников более 20. Все источники, представленные в библиографии, использованы в работе.	Изучено более десяти источников. Использована современная нормативно-техническая документация.	Изучено менее десяти источников. Использована устаревшая нормативно-техническая документация.	Изучено менее 5 источников. Студент совсем не ориентируется в тематике, не может

	Использована современная нормативно-техническая документация. Студент легко ориентируется в тематике, может перечислить и кратко изложить содержание используемых источников.	Студент ориентируется в тематике, может перечислить и кратко изложить содержание используемых материалов.	Студент слабо ориентируется в тематике, путается в содержании используемых материалов.	назвать и кратко изложить содержание используемых книг.
Оформление работы (проекта)	Соблюдены все правила оформления работы в соответствии с требованиями ЕСКД.	Есть некоторые недочеты в оформлении работы.	Представленная работа имеет отклонения и не во всем соответствует требованиям ЕСКД.	Много нарушений правил оформления и низкая культура профессиональной речи (изложения текста).
Соблюдение сроков и графика выполнения работы (проекта)	Работа сдана с соблюдением графика или выполнена досрочно.	Работа сдана в срок (либо с опозданием в 2 дня)	Работа сдана с опозданием (более 2-х дней задержки).	Работа сдана с опозданием (более 3-х дней задержки). График выполнения постоянно нарушался.
Защита работы (проекта)	Студент уверенно владеет содержанием работы, показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения, грамотно и содержательно	Студент достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительны	Студент, в целом, владеет содержанием работы, но при этом затрудняется в ответах на вопросы членов ГАК. Допускает неточности и ошибки при толковании основных	Студент совсем не ориентируется в содержании. Текст доклада и компьютерная презентация отсутствуют. Студент демонстрируе

	отвечает на поставленные вопросы. Использует наглядный материал: презентации, схемы, таблицы и др. Защита прошла успешно с точки зрения комиссии (оценивается логика изложения, уместность использования наглядности, владение терминологией и др.). Практическая часть ВКР выполнена качественно и на высоком уровне.	е неточности при ответах. Использует наглядный материал Защита прошла, по мнению комиссии, хорошо (оценивается логика изложения, уместность использования наглядности, владение терминологией и др.).	положений и результатов работы, не имеет собственной точки зрения на проблему исследования. Студент показал слабое ориентирование в тех понятиях, терминах, которые использованы в работе. Защита, по мнению членов комиссии, прошла сбивчиво, неуверенно и нечетко. Практическая часть ВКР выполнена некачественно.	т неумение применять полученные знания на практике, защиту строит не связно, допускает существенные ошибки, в теоретическом обосновании, которые не может исправить даже с помощью членов комиссии. Практическая часть ВКР не выполнена.

Министерство образования и науки Хабаровского края
Крайнее государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«ХАБАРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(КГА ПОУ ХТК)

ПРОТОКОЛ
ЗАСЕДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИИ

«___» _____ 20__ г.

№ _____

Государственная итоговая аттестация по специальности

Для группы _____ проводится в форме защиты дипломной работы (дипломная работа/дипломный проект) с включением демонстрационного экзамена (КОД №_____ для демонстрационного экзамена по специальности _____)

Защита дипломной работы (проекта)

Состав комиссии:

Председатель _____

Заместитель председателя _____

Секретарь _____

Главный эксперт демонстрационного экзамена (КОД №_____ для демонстрационного экзамена по специальности _____)

Члены комиссии

1. В государственную экзаменационную комиссию предоставлен протокол перевода баллов в оценки по результатам проведения демонстрационного экзамена (КОД №_____ для демонстрационного экзамена по специальности _____)

Студент _____

Сдал демонстрационный экзамен (КОД №_____ для демонстрационного экзамена по специальности _____) на оценку _____

2. Слушали:

1. Защиту дипломной работы (проекта)

Фамилия

Имя

Отчество

на тему: _____

2. Отзыв руководителя:

Заключение рецензента:

3. При защите заданы следующие вопросы:

Постановили:

1. Признать выполнение и защиту дипломной работы (проекта) с оценкой
()

Председатель:

Заместитель председателя:

Секретарь:

Члены комиссии:

Министерство образования и науки Хабаровского края
Краевое государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«ХАБАРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(КГА ПОУ ХТК)

СВОДНЫЙ ПРОТОКОЛ

«___» _____ 20__ г.

№ _____

ЗАСЕДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИИ

по специальности _____

код

наименование специальности

Группа № _____

Состав комиссии:

Председатель

Заместитель председателя

Секретарь

Члены комиссии

Обсуждали:

Результаты освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования _____ (код) _____ (специальность) по программе базовой подготовки выпускника.

Количество студентов в группе - _____ чел.

К государственной итоговой аттестации допущены - _____ чел.

Фамилия, имя, отчество	Оценка за демонстрационный экзамен	Выполнение и защита дипломной работы (проекта)	Оценка портфолио	Заключение ГЭК (освоил/не освоил)

Постановили:

1.Присвоить вышеуказанным выпускникам квалификацию:

«_____».

2.Выдать дипломы государственного образца базового (углубленного) уровня подготовки том числе, _____ диплом (а) «с отличием»: _____ (ФИО студентов).

Председатель:

Секретарь:



Приказ ФГБОУ ДПО ИРПО
от 25.09.2024 № 01-09-725

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

Том 1

(Комплект оценочной документации)

Код и наименование профессии (специальности) среднего профессионального образования	42.02.01 Реклама
Наименование квалификации (наименование направленности)	Специалист по рекламе
Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по профессии (специальности) среднего профессионального образования (ФГОС СПО):	ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный приказом Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552.
Виды аттестации:	Государственная итоговая аттестация
	Промежуточная аттестация
Уровни демонстрационного экзамена:	Базовый
	Профильный
Шифр комплекта оценочной документации:	КОД 42.02.01-1-2025

1. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СОКРАЩЕНИЙ

ГИА	- государственная итоговая аттестация
ДЭ	- демонстрационный экзамен
ДЭ БУ	- демонстрационный экзамен базового уровня
ДЭ ПУ	- демонстрационный экзамен профильного уровня
КОД	- комплект оценочной документации
ОК	- общая компетенция
ОМ	- оценочный материал
ПА	- промежуточная аттестация
ПК	- профессиональная компетенция
СПО	- среднее профессиональное образование
ФГОС СПО	- федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования, на основе которого разработан комплект оценочной документации
ЦПДЭ	- центр проведения демонстрационного экзамена

2. СТРУКТУРА КОД

В структуру КОД:

1. комплекс требований для проведения демонстрационного экзамена;
2. перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания;
3. примерный план застройки площадки ДЭ;
4. требования к составу экспертных групп;
5. инструкции по технике безопасности;
6. образец задания.

3. КОД

3.1 Комплекс требований для проведения ДЭ

Применимость КОД. Настоящий КОД предназначен для организации и проведения ДЭ (уровней ДЭ) в рамках видов аттестаций по образовательным программам СПО, указанным в таблице № 1.

Таблица № 1

Вид аттестации	Уровень ДЭ
ПА	-
ГИА	Базовый уровень
	Профильный уровень

КОД в части ПА, ГИА (ДЭ БУ) разработан на основе требований к результатам освоения образовательной программы СПО, установленных в соответствии с ФГОС СПО.

КОД в части ГИА (ДЭ ПУ) разработан на основе требований к результатам освоения образовательной программы СПО, установленных в соответствии с ФГОС СПО, включая квалификационные требования, заявленные организациями, работодателями, заинтересованными в подготовке кадров соответствующей квалификации.

КОД в части ГИА (ДЭ ПУ) включает составные части - инвариантную часть (обязательную часть, установленную настоящим КОД) и вариативную часть (необязательную), содержание которой определяет образовательная организация самостоятельно на основе содержания реализуемой основной образовательной программы СПО, включая квалификационные требования, заявленные организациями, работодателями, заинтересованными в подготовке кадров соответствующей квалификации, в том числе являющимися стороной договора о сетевой форме реализации образовательных программ и (или) договора о практической подготовке обучающихся.

Общие организационные требования:

1. ДЭ направлен на определение уровня освоения выпускником материала, предусмотренного образовательной программой, и степени сформированности профессиональных умений и навыков путем проведения независимой экспертной оценки выполненных выпускником практических заданий в условиях реальных или смоделированных производственных процессов.
2. ДЭ в рамках ГИА проводится с использованием КОД, включенных образовательными организациями в программу ГИА.
3. Задания ДЭ доводятся до главного эксперта в день, предшествующий дню начала ДЭ.
4. Образовательная организация обеспечивает необходимые технические условия для обеспечения заданиями во время ДЭ обучающихся, членов ГЭК, членов экспертной группы.
5. ДЭ проводится в ЦПДЭ, представляющем собой площадку, оборудованную и оснащенную в соответствии с КОД.
6. ЦПДЭ может располагаться на территории образовательной организации, а при сетевой форме реализации образовательных программ — также на территории иной организации, обладающей необходимыми ресурсами для организации ЦПДЭ.
7. Обучающиеся проходят ДЭ в ЦПДЭ в составе экзаменационных групп.
8. Образовательная организация знакомит с планом проведения ДЭ обучающихся, сдающих ДЭ, и лиц, обеспечивающих проведение ДЭ, в срок не позднее чем за 5 рабочих дней до даты проведения экзамена.
9. Количество, общая площадь и состояние помещений, предоставляемых для проведения ДЭ, должны обеспечивать проведение ДЭ в соответствии с КОД.

10. Не позднее чем за один рабочий день до даты проведения ДЭ главным экспертом проводится проверка готовности ЦПДЭ в присутствии членов экспертной группы, обучающихся, а также технического эксперта, назначаемого организацией, на территории которой расположен ЦПДЭ, ответственного за соблюдение установленных норм и правил охраны труда и техники безопасности.

11. Главным экспертом осуществляется осмотр ЦПДЭ, распределение обязанностей между членами экспертной группы по оценке выполнения заданий ДЭ, а также распределение рабочих мест между обучающимися с использованием способа случайной выборки. Результаты распределения обязанностей между членами экспертной группы и распределения рабочих мест между обучающимися фиксируются главным экспертом в соответствующих протоколах.

12. Обучающиеся знакомятся со своими рабочими местами, под руководством главного эксперта также повторно знакомятся с планом проведения ДЭ, условиями оказания первичной медицинской помощи в ЦПДЭ. Факт ознакомления отражается главным экспертом в протоколе распределения рабочих мест.

13. Допуск обучающихся в ЦПДЭ осуществляется главным экспертом на основании документов, удостоверяющих личность.

14. Образовательная организация обязана не позднее чем за один рабочий день до дня проведения ДЭ уведомить главного эксперта об участии в проведении ДЭ тьютора (ассистента).

Требование к продолжительности ДЭ. Продолжительность ДЭ зависит от вида аттестации, уровня ДЭ (таблица № 2)

Таблица № 2

Вид аттестации	Уровень ДЭ	Составная часть КОД (инвариантная/вариативная)	Продолжительность ДЭ
ПА	-	Инвариантная часть	1 ч. 15 мин.
ГИА	базовый	Инвариантная часть	2 ч. 45 мин.
ГИА	профильный	Инвариантная часть	3 ч. 30 мин.
ГИА	профильный	Совокупность инвариантной и вариативной частей	не более 4 ч. 30 мин.

Требования к содержанию КОД. Единое базовое ядро содержания КОД (таблица № 3) сформировано на основе вида деятельности (вида профессиональной деятельности) в соответствии с ФГОС СПО и является общей содержательной основой заданий ДЭ вне зависимости от вида аттестации и уровня ДЭ.

Таблица № 3

ЕДИНОЕ БАЗОВОЕ ЯДРО СОДЕРЖАНИЯ КОД		
Вид деятельности/ Вид профессиональной деятельности	Перечень оцениваемых ОК/ПК	Перечень оцениваемых умений, навыков (практического опыта)
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ОК: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умение: выделять наиболее значимое в перечне информации
	ПК: Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Умение: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет
		Практический опыт: постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет
	ПК: Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Умение: преобразовывать требования заказчика в бриф
		Практический опыт: подбора и использования оффера
		Умение: проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность
		Умение: писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп
		Умение: представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов

Содержательная структура КОД представлена в таблице № 4

Таблица № 4

Вид деятельности (вид профессиональной деятельности)	Перечень оцениваемых ОК, ПК	Перечень оцениваемых умений, навыков (практического опыта)	ПА	ГИА ДЭ БУ	ГИА ДЭ ПУ
Инвариантная часть КОД					
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ОК: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умение: выделять наиболее значимое в перечне информации	■	■	■
	ПК: Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Умение: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет	■	■	■
		Навык: постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет	■	■	■
	ПК: Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Умение: преобразовывать требования заказчика в бриф	■	■	■
		Навык: подбора и использования оффера	■	■	■
		Умение: проверять рекламные материалы на уникальность/ оригинальность	■	■	■
		Умение: писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп	■	■	■
		Умение: преобразовывать требования заказчика в бриф	■	■	■

		Умение: представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов	■	■	■
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК: Определять целевую аудиторию и целевые группы	Умение: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей		■	■
	ПК: Проводить анализ конкурентов	Навык: выявления основных и второстепенных конкурентов		■	■
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК: Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Умение: определять ключевые цели рекламной кампании		■	■
		Умение: формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК		■	■
		Умение: осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения		■	■
		Умение: определять конкретные Носители рекламы и их оптимальное сочетание		■	■
		Умение: учитывать мнение заказчика при планировании РК		■	■
	ПК: Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Умение: определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета		■	■
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК: Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/ коммуникационной кампании	Умение: использовать технологии поисково- контекстной рекламы и их системы размещения			■
		Навык: поиска и подбора оригинального нейма и слогана			■
	ПК: Разрабатывать творческие рекламные решения в целях	Умение: использовать специальные методы и сервисы повышения			■

Требования к оцениванию. Распределение значений максимальных баллов (таблица № 5) зависит от вида аттестации, уровня ДЭ, составляющей части ДЭ.

Таблица № 5

Вид аттестации	Уровень ДЭ	Составная часть КОД (инвариантная/ вариативная часть)	Максимальный балл
ПА	ДЭ	Инвариантная часть	26 из 26
ГИА	ДЭ БУ		50 из 50
	ДЭ ПУ		80 из 80
ГИА	ДЭ ПУ	Вариативная часть	20 из 20
ГИА	ДЭ ПУ	Совокупность инвариантной и вариативной частей	100 из 100

Распределение баллов по критериям оценивания для ДЭ в рамках ПА представлено в таблице № 6.

Таблица № 6

№ п/п	Модуль задания (вид деятельности, вид профессиональной деятельности)	Критерий оценивания	Баллы
1	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами Цифровых коммуникационных технологий	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации, и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	2,00
		Разработка стратегии продвижения бренда в сети Интернет	7,00
		Разработка рекламных кампаний бренда в сети Интернет	17,00
ИТОГО			26,00

Распределение баллов по критериям оценивания для ДЭ БУ в рамках ГИА представлено в таблице № 7.

Таблица № 7

№ п/п	Модуль задания (вид деятельности, вид профессиональной деятельности)	Критерий оценивания	Баллы
1	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации, и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	2,00
		Разработка стратегии продвижения бренда в сети Интернет	7,00
		Разработка рекламных кампаний бренда в сети Интернет	17,00
2	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Определение целевой аудитории и целевых групп	4,00
		Проведение анализа конкурентов	4,00
3	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Проведение стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	12,00
		Предъявление результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий форматах	4,00
ИТОГО			50,00

Распределение баллов по критериям оценивания для ДЭ ПУ (инвариантная часть КОД) в рамках ГИА представлено в таблице № 8.

Таблица № 8

№ п/п	Модуль задания (вид деятельности, вид профессиональной деятельности)	Критерий оценивания	Баллы
1	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации, и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	2,00
		Разработка стратегии продвижения бренда в сети Интернет	7,00
		Разработка рекламных кампаний бренда в сети Интернет	17,00
2	Проведение исследований для создания и реализации	Определение целевой аудитории и целевых групп	4,00

	рекламного продукта	Проведение анализа конкурентов	4,00
3	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Проведение стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	12,00
		Предъявление результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий форматах	4,00
4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Разработка творческих рекламных для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	8,00
		Разработка творческих рекламных в целях тактического планирования рекламной коммуникационной	5,00
		Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	17,00
ИТОГО (инвариантная часть)			80,00

Распределение баллов по критериям оценивания для ДЭ ПУ (инвариантная и вариативная части КОД) в рамках ГИА представлена в таблице № 9.

Таблица № 9

№ п/п	Модуль задания (вид деятельности, вид профессиональной деятельности)	Критерий оценивания	Баллы
1	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации, и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	2,00
		Разработка стратегии продвижения бренда в сети Интернет	7,00
		Разработка рекламных кампаний бренда в сети Интернет	17,00
2	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Определение целевой аудитории и целевых групп	4,00
		Проведение анализа конкурентов	4,00
3	Разработка и осуществление	Проведение стратегического и	

	стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	12,00
		Предъявление результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий форматах	4,00
4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Разработка творческих рекламных для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	8,00
		Разработка творческих рекламных в целях тактического планирования рекламной коммуникационной	5,00
		Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	17,00
ИТОГО (инвариантная часть)			80,00
ВСЕГО (вариативная часть)			20,00
ИТОГО (совокупность инвариантной и вариативной частей)			100,00

3.2 Перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания

Перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания в зависимости от вида аттестации, уровня ДЭ представлен в таблице № 10.

Перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания может быть дополнен образовательной организацией с целью создания необходимых условий для участия в ДЭ обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся из числа детей-инвалидов и инвалидов.

Таблица № 10

1. Зоны площадки									
Наименование зоны площадки					Код зоны площадки				
Рабочее место участника					А				
Общая площадка					Б				
Рабочее место экспертов					В				
2. Инфраструктура рабочего места участника ДЭ									
№	Наименование	Минимальные (рамочные) технические характеристики	ОКПД-2	Расчет кол-ва (На 1 раб. место/На 1 участника)	Количество			Единица измерения	Код зоны площадки
					ПА	ГИА ДЭ БУ	ГИА ДЭ ПУ		
Перечень оборудования									
1.	Персональный компьютер в сборе (системный блок, монитор)	Процессор не менее 2-х ядер, не менее 4-х потоков, с тактовой частотой не менее 3,6 GHz. Оперативная память не менее 8 ГБ. Операционная	26.20.15	На 1 раб. место	1	1	1	шт	А

	ноутбук/моноблок, клавиатура, мышь	система – на выбор образовательной организации. Монитор не менее 21.5”, разрешением не менее 1920x1080. Клавиатура – стандартная, полноразмерная раскладка клавиш, USB разъем или допускается аналог. Мышь – оптическая проводная, 1000dpi, количество кнопок 3, колесо прокрутки, интерфейс USB, возможен аналог.							
2.	Компьютерный стол	Минимальный размер 60см на 60см, высота - стандартная	31.01.12	На 1 раб. место	1	1	1	шт	А
3.	Стул	Стандартный ученический	31.01.11	На 1 раб. место	1	1	1	шт	А
Перечень инструментов									
1.	Пакет офисных приложений	Приложения для работы с документами, электронными таблицами, электронными презентациями; программное обеспечение должно поддерживать форматы файлов: .doc, .docx, .xls, .pptx	58.29.50	На 1 раб. место	1	1	1	шт	А
2.	Пакет прикладных программ для работы с изображениями, видеоматериалами,	Пакет прикладных программ в составе: редактор для создания и обработки растровых изображений и видеоматериалов (отдельные	58.29.50	На 1 раб. место	1	1	1	шт	А

	для подготовки полиграфии и медиа	программы или совмещенные возможности в одной программе); редактор для создания и обработки векторных изображений. Программное обеспечение должно поддерживать следующие форматы файлов: .png, .tiff, .jpg, .pdf, .eps, .psd, .cdr, .ai, работать с ними или их аналогами								
Перечень расходных материалов										
1.	Ручка шариковая	Неавтоматическая, синяя, дополнительных важных характеристик не имеет	32.99.12	На 1 раб. место	1	1	1	шт	А	
2.	Карандаши цветные	Набор цветных карандашей 6-12 штук	32.99.15	На 1 раб. место	1	1	1	шт	А	
3.	Бумага А4	Бумага для офисной техники, формат А4, плотность 80 г/м2	17.12.14	На 1 участника	1	1	1	шт	А	
Оснащение средствами, обеспечивающими охрану труда и технику безопасности										
1.	Не требуется	-	-	-	-	-	-	-	-	
3. Инфраструктура общего (коллективного) пользования участниками ДЭ										
№	Наименование	Минимальные (рамочные) технические характеристики	ОКПД-2	Расчет кол-ва (На кол-во участников /На кол-во раб. мест/ На всю площадку)	Количество мест/ участников	Количество			Единица измерения	Код зоны площади
						ПА	ГИА ДЭ БУ	ГИА ДЭ ПУ		
Перечень оборудования										

1.	Вешалка для верхней одежды	На усмотрение ОО	22.29.23	На всю площадку	-	1	1	1	шт	Б
2.	Корзина для мусора	На усмотрение ОО	22.22.12	На всю площадку	-	1	1	1	шт	Б
Перечень инструментов										
1.	Не требуется	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Перечень расходных материалов										
1.	Не требуется	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Оснащение средствами, обеспечивающими охрану труда и технику безопасности										
1.	Аптечка первой медицинской помощи	Аптечка первой помощи (по приказу №169н, пластиковый чемодан) или аналог	21.20.24	На всю площадку	-	1	1	1	шт	Б
2.	Огнетушитель	Углекислотный ОУ-1, вместимостью баллона не менее 1,34л	28.29.22	На всю площадку	-	1	1	1	шт	Б
4. Инфраструктура рабочего места главного эксперта ДЭ										
№	Наименование	Минимальные (рамочные) технические характеристики	ОКПД-2	Количество			Единица измерения	Код зоны площадки		
				ПА	ГИА ДЭ БУ	ГИА ДЭ ПУ				
Перечень оборудования										
1.	Персональный компьютер в сборе (системный блок, монитор) или	Процессор не менее 2-х ядер, не менее 4-х потоков, с тактовой частотой не менее 3,6 GHz. Оперативная память	26.20.15		1	1	1	шт	В	

	ноутбук/моноблок, клавиатура, мышь	не менее 8 ГБ. Операционная система – на выбор образовательной организации. Монитор не менее 21.5”, разрешением не менее 1920x1080. Клавиатура – стандартная, полноразмерная раскладка клавиш, USB разъем или допускается аналог Мышь оптическая проводная, 1000dpi, количество кнопок 3, колесо прокрутки, интерфейс USB, возможен аналог.						
2.	Многофункциональное устройство	Совмещает в себе принтер для черно-белой двусторонней печати, сканер, разрешение не ниже 600dpi	26.20.18	1	1	1	шт	В
3.	Компьютерный стол	Минимальный размер 60см на 60см, высота - стандартная	31.01.12	1	1	1	шт	В
4.	Стул	Стандартный офисный	31.01.11	1	1	1	шт	В
Перечень инструментов								
1.	Пакет офисных приложений	Приложения для работы с документами, электронными таблицами, электронными презентациями; программное обеспечение должно поддерживать форматы файлов: .doc, .docx, .xls, .pptx	58.29.50	1	1	1	шт	В

2.	Пакет прикладных программ для работы с изображениями, видеоматериалами, для подготовки полиграфии и медиа	Пакет прикладных программ в составе: редактор для создания и обработки растровых изображений и видеоматериалов (отдельные программы или совмещенные возможности в одной программе); редактор для создания и обработки векторных изображений. Программное обеспечение должно поддерживать следующие форматы файлов: .png, .tiff, .jpg, .pdf, .eps, .psd, .cdr, .ai, работать с ними или их аналогами	58.29.50	1	1	1	шт	В		
Перечень расходных материалов										
1.	Ручка шариковая	Неавтоматическая, синяя, дополнительных важных характеристик не имеет	32.99.12	1	1	1	шт	В		
2.	Бумага А4	Бумага для офисной техники, формат А4, плотность 80 г/м2	17.12.14	1	1	1	пач	В		
Оснащение средствами, обеспечивающими охрану труда и технику безопасности										
1.	Не требуется	-	-	-	-	-	-	-		
5. Инфраструктура рабочего места членов экспертной группы										
№	Наименование	Минимальные (рамочные) технические характеристики	ОКПД-2	Расчет кол-ва (На 1 эксперта/ На кол-во экспертов/	Количество экспертов	Количество			Единица измерения	Код зоны площади
						ПА	ГИА ДЭ БУ	ГИА ДЭ ПУ		

				На всех экспертов)							
Перечень оборудования											
1.	Персональный компьютер в сборе (системный блок, монитор) или ноутбук/моноблок, клавиатура, мышь	Процессор не менее 2-х ядер, не менее 4-х потоков, с тактовой частотой не менее 3,6 GHz. Оперативная память не менее 8 ГБ. Операционная система – на выбор образовательной организации. Монитор не менее 21.5”, разрешением не менее 1920x1080. Клавиатура – стандартная, полноразмерная раскладка клавиш, USB разъем или допускается аналог	26.20.15	На 1 эксперта	1	1	1	1	шт	В	

1.1 Примерный план застройки площадки ДЭ

Примерный план застройки площадки ДЭ ПУ, проводимого в рамках ГИА, представлен в приложении № 2 к настоящему Тому 1 ОМ.

1.2 Требования к составу экспертных групп

Количественный состав экспертной группы определяется образовательной организацией, исходя из числа сдающих одновременно ДЭ обучающихся. Один эксперт должен иметь возможность оценить результаты выполнения обучающимися задания в полной мере согласно критериям оценивания.

Количество экспертов ДЭ вне зависимости от вида аттестации, уровня ДЭ представлено в таблице № 11.

Таблица № 11

Кол-во рабочих мест в ЦПДЭ	Максимальное кол-во обучающихся- участников ДЭ (одновременно в ЦПДЭ)	Кол-во экспертов (одновременно в ЦПДЭ)
1	1	3
2	2	3
3	3	3
4	4	3
5	5	3
6	6	3
7	7	3
8	8	3
9	9	3
10	10	3
11	11	3
12	12	3
13	13	3
14	14	6
15	15	6
16	16	6
17	17	6
18	18	6
19	19	6
20	20	6
21	21	6
22	22	6
23	23	6
24	24	6
25	25	6

1.3 Инструкция по технике безопасности

1. Общие требования по технике безопасности и охране труда для специальности 42.02.01 Реклама опираются на СанПиН 2.2.272.4.1340-03, утвержденный постановлением Главного государственного санврача от 13 июня 2003 года N 118; межгосударственный стандарт ГОСТ 12.0.003-2015, который содержит список основных вредных и опасных производственных факторов и их классифицирующие признаки. При выполнении работ на персональном компьютере (ПК) на обучающегося могут воздействуют следующие производственные факторы: уровень статического электричества, электромагнитных излучений, отсутствие или недостаток естественного света, недостаточная искусственная освещенность рабочей зоны, повышенная яркость или контрастность оборудования, значение блескости, монотонность трудового процесса, зрительное напряжение.

2. Требования по технике безопасности и охране труда перед началом работы. Перед выполнением заданий на ПК необходимо проверить, путем внешнего осмотра исправность элементов электросистемы, обеспечивающей питание компьютера, включая кабельные соединения, провода, выключатели, вилки и розетки, при помощи которых аппаратура подключается к сети; проконтролировать заземление компьютера; проверить его работоспособность.

3. Требования по технике безопасности и охране труда во время работы. Во время выполнения экзаменационного задания запрещается: самостоятельно отключать и подключать интерфейсные кабели периферийных устройств; класть на устройства бумагу или иные посторонние предметы; работать со снятыми кожухами устройств компьютерной техники; располагаться на расстоянии менее чем 50 см от экрана монитора; допускать попадание влаги на поверхность монитора, рабочую поверхность клавиатуры и других устройств. При неисправности инструмента и оборудования –

прекратить выполнение экзаменационного задания и сообщить об этом главному эксперту. О замеченных недостатках и неисправностях немедленно сообщить техническому эксперту и до устранения неполадок к работе не приступать.

4. Требования по технике безопасности и охране труда в аварийных ситуациях. При любых признаках аварийной ситуации всем лицам, находящимся на площадке ДЭ необходимо объективно оценить обстановку. Общее руководство в этом случае осуществляет главный эксперт совместно с техническим экспертом. Действия должны соответствовать порядку и требованиям поведения в аварийной ситуации, принятыми в ЦПДЭ. Обучающиеся могут принимать участие в мероприятиях по предотвращению аварийной ситуации только под руководством главного эксперта или технического эксперта и с соблюдением мер личной безопасности. Не приступать к выполнению заданий до полной ликвидации последствий аварийной ситуации.

5. Требования по технике безопасности и охране труда по окончании работы предполагает выключение ПК с использованием алгоритмов, установленных производителем; обесточивание периферийного оборудования; приведение рабочего места в порядок.

Организационные требования:

1. Технический эксперт под подпись знакомит главного эксперта, членов экспертной группы, обучающихся с требованиями охраны труда и безопасности производства.

2. Все участники ДЭ должны соблюдать установленные требования по охране труда и производственной безопасности, выполнять указания технического эксперта по соблюдению указанных требований.

1.4 Образец задания

Задание ДЭ представляет собой сочетание модулей в зависимости от вида аттестации и уровня ДЭ. Продолжительность выполнения каждого модуля задания представлена в таблице № 12.

Таблица № 12

Номер и наименование модуля задания	Вид аттестации/уровень ДЭ	Продолжительность выполнения модуля задания
Модуль № 1: Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПА, ГИА ДЭ БУ, ГИА ДЭ ПУ (инвариантная часть)	1 ч. 15 мин.
Модуль № 2: Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ГИА ДЭ БУ, ГИА ДЭ ПУ (инвариантная часть)	0 ч. 30 мин.
Модуль № 3: Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ГИА ДЭ БУ, ГИА ДЭ ПУ (инвариантная часть)	1 ч. 00 мин.
Модуль № 4: Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, Основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ГИА ДЭ ПУ (инвариантная часть)	0 ч. 45 мин.

Текст образца задания:

Модуль № 1:

Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий

Вид аттестации/уровень ДЭ:

ПА, ГИА ДЭ БУ, ГИА ДЭ ПУ (инвариантная часть)

Текст задания:

Ознакомьтесь с карточкой клиента (Приложение 1).

Для клиента необходимо реализовать продвижение товара или услуги в среде Интернет с учетом пожелания заказчика.

Для этого преобразуйте данные от клиента в таблицу брифа на разработку Интернет рекламы; определите тип рекламной стратегии продвижения для бренда; выделите задачи продвижения объекта рекламирования; выделите/сформулируйте оффер; составьте текст рекламного характера для продвижения товара/услуги в сети Интернет (социальные сети) не менее 200 символов, проверив его на оригинальность; покажите как будет выглядеть рекламный носитель, используя доступные изображения из свободных источников в Интернет и мокапы для наглядности.

Необходимые приложения: Приложение 1. Карточка клиента

Модуль № 2:

Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Вид аттестации/уровень ДЭ:

ГИА ДЭ БУ, ГИА ДЭ ПУ (инвариантная часть)

Текст задания:

Ознакомьтесь с описанием компании (Приложение 2) и проведите исследования для реализации рекламного продукта.

Для этого проведите сегментацию целевой аудитории компании по различным характеристикам; выделите первичных и вторичных конкурентов компании, сделайте выводы о состоянии компании на рынке.

Необходимые приложения: Приложение 2. Описание компании

Модуль № 3:

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Вид аттестации/уровень ДЭ:

ГИА ДЭ БУ, ГИА ДЭ ПУ (инвариантная часть)

Текст задания:

Осуществите разработку элементов рекламной кампании в сети Интернет для заказчика на основе данных описания компании (Приложение 2).

Для этого определите ключевые цели для рекламной кампании заказчика; сформулируйте задачи исходя из целей;

выберите каналы и методы рекламного продвижения;

определите конкретные носители рекламы и покажите их оптимальное сочетание в графике подачи рекламы;

выполните первичную настройку контекстной рекламы, исходя из выделенного бюджета.

Необходимые приложения:

Приложение 2. Описание компании.

Результаты работы из Модуля № 2.

Модуль № 4:

Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Вид аттестации/уровень ДЭ:

ГИА ДЭ ПУ (инвариантная часть)

Текст задания:

Реализуйте для заказчика основные вербальные и визуальные решения для рекламирования в сети Интернет, согласно запросу клиента.

Для этого осуществите подбор актуального названия для товара/услуги клиента/бренда, исходя из потребности заказчика; подготовьте к запуску поисково-контекстную рекламу, опираясь на результаты работы в Модуле 3; создайте продающий одностраничный лендинг с учетом пожеланий заказчика, особенностей целевой аудитории и конкурентной среды предприятия.

Лендинг должен быть наглядным, оптимизирован для работы с целевой аудиторией и обратной связью. Лендинг должен открываться по ссылке.

Необходимые приложения:

Приложение 2. Описание компании.

Результаты работы из Модуля № 3.

Карточка клиента

Сеть магазинов розничной торговли «Посмотри на солнце» осуществляет деятельность по розничной торговле солнцезащитными очками и аксессуарами. Магазин представлен в городах Краснодар, Геленджик, Новороссийск. Первый и самый крупный магазин расположен в г. Краснодар на улице Красной, д. 65. Магазин пользуется популярностью у местных жителей и у гостей города, в особенности в тёплое время года. Мы привозим новые и актуальные коллекции очков для мужчин и для женщин, особый акцент делаем на женскую аудиторию, которая следит за тенденциями в мире моды, обновляет модели очков к новому сезону.

Для мужчин – ориентируемся на стиль, строгие формы и классические модели, качество и узнаваемые бренды, мужчины более консервативные в выборе очков и аксессуаров. Наши клиенты ведут активный образ жизни, много путешествуют, часто бывают на природе или ездят на личном автомобиле, поэтому заинтересованы в нашей продукции.

Ценовая политика наших товаров средняя, а большая часть ассортимента – выше средней. Очки новых коллекций могут стоить от 3000 руб. до 15 000 руб. Прошлогодние коллекции всегда идут со скидками в 30- 40%. Наш главный девиз: «Качественные очки – стоят тебя!». Компания стремится дать своему покупателю качественный, стильный и проверенный аксессуар для защиты зрения в любое время года.

Наш магазин готов предоставить скидку на первую пару солнцезащитных очков пользователям из сообщества «ВКонтакте» в 15%, при условии, что во время покупки они могут показать подписку на своем телефоне. Такая же скидка доступна покупателям, совершающим покупку напрямую из приложения в сообществе социальной сети. На текущий момент мы хотим, чтобы о нас узнало как можно больше потенциальных клиентов. Мы заинтересованы в развитии

своего бренда в сети Интернет, так как с 2020 года ведем продажи как непосредственно в магазине, так и через Интернет (через различные торговые площадки и маркетплейсы). Сейчас у магазина есть небольшое сообщество в социальной сети

«ВКонтакте», и мы хотим, чтобы это сообщество приносило новых клиентов. Мы стремимся стать ближе к нашим клиентам, поддерживать с ними дружеский и доверительный характер общения, наша компания предпочитает яркие цвета и броские визуальные решения.

Ждем от Вас варианты и визуализацию рекламных носителей в сети Интернет.

Описание компании

Предприятие по производству офисной мебели планирует выводить на рынок новую линейку продукции – премиальную офисную мебель из прозрачного пластика для офисных помещений, конференц-залов, зон ожидания. Производство базируется в Московской области, гор. Лыткарино и на сегодняшний день предлагает своим клиентам огромный ассортимент изделий из акрила и полимерного пластика. Новая линейка прозрачной мебели отличается изяществом форм, функционалом, увеличенной толщиной изделий и их надежностью к истиранию, механическим повреждениям. Наша мебель – это прозрачное изящество и красота вашего офиса. Мы заботимся о эргономике нашей мебели и вашем комфорте.

Сейчас нам необходимо войти в нужную нишу рынка с новой линейкой продукции, привлечь к себе внимание и начать получать прибыль в этом сегменте. Мы стремимся развивать продажи в Интернет среде для расширения географии клиентской базы по всем крупным городам России через контекстную рекламу. Наша компания планирует увеличить поток заказов из Интернета в три раза, тогда как сейчас из Интернета приходит порядка 3-5 заказов в неделю. Сейчас у компании есть сайт с каталогом продукции, но там достаточно сложно найти нужную линейку товаров, поэтому мы хотим рассказать о новой линейке в отдельном небольшом продающем сайте. Для реализации этих показателей наша компания готова выделить до 200 000 рублей бюджета на рекламную кампанию. В качестве лояльности для клиентов, приобретающих мебель из новой коллекции, мы предлагаем бесплатный расчет и планировку, а также возможную скидку до 10% стоимости заказа.

Наша компания оформляет свои рекламные материалы в корпоративных цветах – белый, светло-серый и акцентный красный. Рекламные материалы нашей компании легкие и уместные. Мы ведем диалог со своими клиентами

официально и уважительно. Так же нам необходимы варианты названия для новой коллекции нашей продукции.

Контактные данные: 8-800-200-01-05 менеджер по продажам Алина Егорова. Адрес производства: Московская область, г. Лыткарино, ул. Луговая, стр.1

Приложение № 1 к Тому 1
оценочных материалов

Рекомендации по формированию вариативной части КОД,
вариативной части задания и критериев оценивания для ДЭ ПУ

Образовательная организация при необходимости самостоятельно формирует содержание вариативной части КОД, вариативной части задания и критериев оценивания для ДЭ ПУ на основе квалификационных требований, заявленных организациями, работодателями, заинтересованными в подготовке кадров соответствующей квалификации, в том числе являющимися стороной договора о сетевой форме реализации образовательных программ и (или) договора о практической подготовке обучающихся.

При формировании содержания вариативной части КОД для ДЭ ПУ рекомендуется использовать нижеследующие формы таблиц.

Информация о продолжительности ДЭ профильного уровня с учетом вариативной части формируется по форме согласно таблице № 1.1.

Таблица № 1.1

Вид аттестации	Уровень ДЭ	Составная часть КОД (инвариантная/ вариативная часть)	Продолжительность ДЭ (не более)
ГИА	профильный	Совокупность инвариантной и вариативной частей	0:00 <продолжительность не более 4,5 астрономических часов>

Содержательная структура вариативной части КОД для ДЭ ПУ (квалификационные требования работодателей) формируется по форме согласно таблице № 1.2.

Таблица № 1.2

№ п/п	Вид деятельности (вид профессиональной деятельности)	Перечень оцениваемых ОК, ПК	Перечень оцениваемых умений, навыков (практического опыта)

Распределение баллов по критериям оценивания для ДЭ ПУ (вариативная часть) в рамках ГИА осуществляется по форме согласно таблице № 1.3.

Таблица № 1.3

№ п/п	Модуль задания	Критерий оценивания	Баллы
			0,00
			0,00
			0,00
ВСЕГО (вариативная часть КОД)			20,00

При формировании вариативной части КОД для ДЭ ПУ в части перечня оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания рекомендуется использовать форму таблицы № 10 Тома 1 ОМ.

При формировании вариативной части КОД для ДЭ ПУ примерный план застройки площадки при необходимости может быть дополнен объектами учебно-производственной инфраструктуры, необходимой для выполнения вариативной задания ДЭ ПУ, разрабатываемой образовательной организацией с участием работодателей.

Вариативная часть задания ДЭ ПУ формируется по форме согласно таблице № 1.4.

Таблица № 1.4

Наименование модуля задания	Продолжительность выполнения модуля задания	Вид аттестации/ уровень ДЭ
Модуль задания: <Название модуля>		
Задание модуля: Текст задания		ДЭ ПУ/ Вариативная часть КОД

Критерии оценивания вариативной части КОД (к вариативной части задания ДЭ ПУ) формируются согласно таблице № 1.5.

Таблица № 1.5

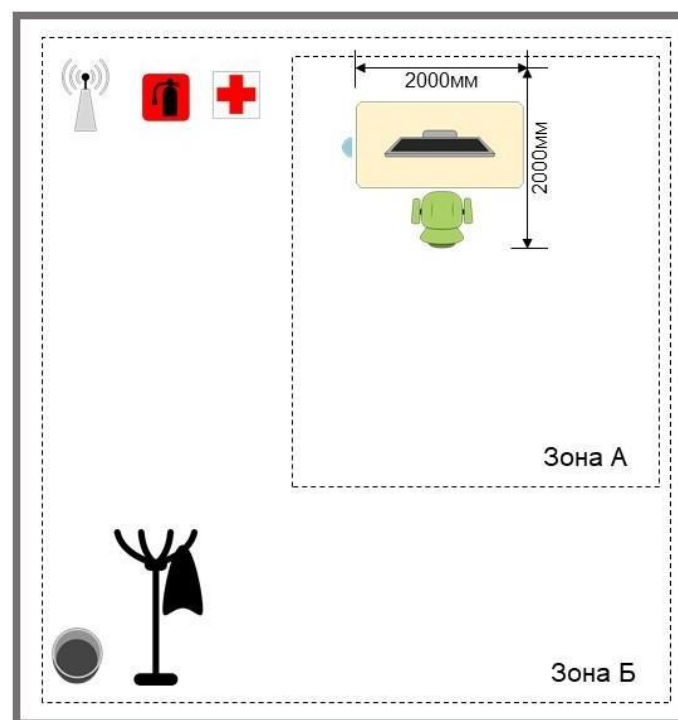
Наименование модуля задания (вид профессиональной деятельности)	Критерий оценивания	Подкритерий оценивания (умения, навыки/практический опыт)	Описание оценки подкритерия		Максимальный балл оценки подкритерия - 2 балла	Вес подкритерия: - не менее 1; - шаг 0,5; - не более 3.	Итоговый максимальный балл подкритерия
			Конкретные оцениваемые действия (операции) или набор действий для оценки подкритерия	Описание результата выполнения конкретного действия (операции) подкритерия в баллах			

Схема оценивания (в баллах) представлена в таблице № 1.6.

Таблица № 1.6

Схема оценивания	2 балла	действие (операция) выполнено в полной мере согласно установленным требованиям
	1 балл	действие (операция) выполнено, но ниже установленных требований (имеются незначительные ошибки)
	0 баллов	действие (операция) не выполнено, результат отсутствует

Примерный план застройки площадки для ГИА в форме ДЭ ПУ



Легенда:

-  Стул
-  Персональный компьютер в сборе
-  Компьютерный стол
-  Розетка 220 В
-  Аптечка
-  Огнетушитель
-  Доступ в Интернет
-  Мусорное ведро
-  Вешалка для одежды

СОГЛАСОВАНО
Председатель государственной
экзаменационной комиссии по
специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Приложение № 5
УТВЕРЖДАЮ
Директор КГА ПОУ ХТК
_____ Л.В. Менякова
«_____» _____ 2028

_____ А.В. Белозеров
«_____» _____ 2028

План проведения демонстрационного экзамена по специальности
42.02.01 РЕКЛАМА
в 2027 году

Дата	Время	Мероприятие
С-1 Подготовительный	14.00-14.30	Регистрация студентов: сверка паспортов. Подписание протокола регистрации студентов.
	14.30-15.00	Проведение инструктажа по охране труда среди студентов. Ознакомление студентов с измененным комплектом оценочной документации и обобщенными критериями оценки. Жеребьевка рабочих мест. Подписание протоколов ознакомления с правилами охраны труда, жеребьевки по распределению рабочих мест, ознакомления студентов с нормативной документацией, графиком работы площадки.
	15.00-15.15	Регистрация экспертов. Подписание протокола регистрации экспертов.
	15.15-16.30	Проверка экспертами личного инструмента студентов. Подготовка студентами рабочих мест, проверка и подготовка инструментов и материалов, ознакомление с оборудованием и его тестирование. Подписание протоколов: проверки личных инструментов экспертами, ознакомления студентов с рабочими местами и оборудованием. Работа главным экспертом в системе ЦСО: - Формирование протоколов; - Распределение интервалов внесения оценки по дням; - Формирование оценочных ведомостей.
День 1	9.00 - 9.30	Прибытие экспертов и студентов на площадку. Регистрация – подписание протоколов регистрации экспертов и студентов. Инструктаж по охране труда. Ознакомление студентов с комплектом оценочной документации. Подписание протоколов ознакомления экспертов и студентов с правилами по охране труда.
	9.30 - 11.15	Выполнение модуля 1, 2.
	11.15 - 12.15	Перерыв на обед студентов и экспертов.
	12.15 - 14.00	Выполнение модуля 3, 4.
	14.00 - 16.00	Подведение итогов С1, оценка выполненной части работ участников. Подведение итогов, внесение главным экспертом баллов, блокировка, сверка баллов, заполнение итогового протокола

Приложение № 6

Министерство образования и науки Хабаровского края
Краевое государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«ХАБАРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(КГА ПОУ ХТК)

Протокол № _____ Перевода баллов в оценки по результатам проведения демонстрационного экзамена

КОД № _____»
(КОД и наименование компетенции)

Специальность/профессия (код и наименование): _____

Группа: _____

Дата: « _____ » _____ 20 _____ г.

Комиссия в составе:

Председатель (главный эксперт демонстрационного экзамена)

(Ф.И.О.)

Члены комиссии: _____

(Ф.И.О.)

Рассмотрев результаты демонстрационного экзамена в соответствии с «Положением об организации и проведении демонстрационного экзамена в рамках промежуточной аттестации и государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденного приказом КГА ПОУ ХТК от 01.03.2023 № 16-ОД» и оценочными материалами для демонстрационного экзамена, экспертная комиссия постановила:

утвердить обучающимся результаты прохождения демонстрационного экзамена (КОД _____ для демонстрационного экзамена по компетенции « _____ ») согласно таблице

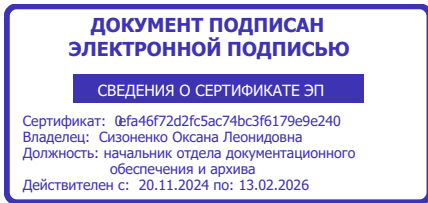
№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Количество набранных баллов	Отношение полученного количества баллов к максимально возможному	Экзаменационная оценка

Главный эксперт демонстрационного экзамена _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Члены комиссии

_____	_____
(подпись)	(Ф.И.О.)
_____	_____
(подпись)	(Ф.И.О.)
_____	_____
(подпись)	(Ф.И.О.)

« _____ » _____ 20 _____ г.



ПРИЛОЖЕНИЕ 5
К ОПОП-П по специальности
42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ВОСПИТАНИЯ

Раздел 1. Целевой

Целевые ориентиры воспитания	
Инвариативные	Вариативные
Гражданско-патриотическое воспитание	
Формирование гражданина-патриота, способного к проявлению осознанной гражданской позиции на основе общечеловеческих ценностей, обладающего гражданской ответственностью и правосознанием, гуманистическим мировоззрением, умеющим принять нравственно ориентированное решение в ситуациях выбора. 2. Формирование гражданской идентичности на основе духовно-нравственных ценностей, осознания своей причастности к судьбам Отечества, уважение к истории и культуре своего народа, сохранение национальной самобытности, поддержание чувства национальной гордости, национального самосознания в сочетании с пониманием места и роли своего народа и страны в развитии мировой культуры;	1. Понимание профессионального значения отрасли, специальности 42.02.01 Реклама для социально-экономического и научно-технологического развития страны 2. Осознанное проявление гражданской активности в социальной сфере г.Хабаровска, Хабаровского края, своей малой Родины. 3. Осознанное проявление равнодушного отношения к выбранной профессиональной деятельности: постоянное совершенствование и профессиональный рост
Духовно-нравственное воспитание	
1. Содействие развитию у студентов основ, базисной личностной культуры в отношении к людям, явлениям общественной жизни, природе. Предметному миру, к самому себе в соответствии с общечеловеческими духовно-	1. Обладание сформированными представлениями о значении и ценности специальности 42.02.01 Реклама знание и соблюдение правил и норм профессиональной и корпоративной этики.

нравственными ценностями, принятыми в обществе. 2.Формирование будущего специалиста, владеющего навыками культуры общения	
Эстетическое воспитание	
1. Привитие навыков эстетического освоения действительности 2. Обогащение чувственного, эмоционально-ценностного, эстетического опыта студентов, развитие художественно-образного мышления, способности к художественному творчеству.	1.Обладание знаниями эстетических правил и норм в профессиональной культуре выбранной специальности 2.Использование возможности художественной и творческой деятельности в целях саморазвития и реализации творческих способностей, в том числе в профессиональной деятельности.
Физическое воспитание, формирование культуры здоровья и эмоционального благополучия	
1.Формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки к будущей профессиональной деятельности. 2. Воспитание мотивации к здоровому образу жизни	1.Наличие физической подготовленности и физического развития в соответствии с требованиями будущей профессиональной деятельности
Профессионально-трудовое воспитание	
1.Создание базовых условий для реализации профессионального и предпринимательского потенциала студентов. 2.Формирование «жестких» и	1.Применение знаний о нормах выбранной специальности 42.02.01 Реклама всех ее требований и выражение готовности реально участвовать в профессиональной деятельности в соответствии с

«мягких» навыков, необходимых для успешной профессиональной деятельности. 3. Формирование профессионально важных личностных качеств и потребности в постоянном профессиональном росте.	нормативно-ценностной системой. 2.Готовность к освоению новых компетенций в профессиональной отрасли
Экологическое воспитание	
1.Формирование целостной картины взаимодействия человека, общества и природы, зависимости человека от среды его обитания, а также его ответственности как преобразователя окружающей среды. 2. Формирование экологической культуры профессиональной деятельности и потребления.	1. Ответственный подход к рациональному потреблению энергии, воды и других природных ресурсов в рамках обучения и профессиональной деятельности 2.Понимание основ экологической культуры в профессиональной деятельности. Обеспечивающий ответственное отношение к окружающей социально-природной, производственной среде и здоровью.
Ценности научного познания	
1. Формирование у студентов познавательных интересов, активности и самостоятельности в познании, интерес и уважение к научным знаниям 2.Развитие способности к улучшению жизни человека на основе внедрения в практику	1.Проявление сознательного отношения к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности

полученных научных знаний	

Раздел 2. Содержательный

2.1. Воспитательные модули: виды, формы, содержание воспитательной деятельности по специальности

42.02.01 Реклама

Модуль «Образовательная деятельность»	
Основные направления	Содержание воспитательной деятельности
1.Реализация профессионального компонента в преподавании общеобразовательных дисциплин; 2. Подбор соответствующего тематического материала	1. Изучение история развития специальности в Хабаровском крае. 2. Круглые столы, конференции по тематике «Значение данной отрасли в экономике России и Дальнего Востока». 3. Проведение конкурсов социальной рекламы
Модуль «Кураторство»	
1. Инициирование и поддержка участия обучающихся в мероприятиях, конкурсах и проектах профессиональной направленности	1.Организационно-психологические тренинги «Погружение» (1 курс) 2. Тематические классные часы «Давайте познакомимся» (1 курс) 3. «Рядом и, конечно, немного впереди»- цикл тематических классных часов о форматах взаимоотношений куратора и студента. 4.Тематические классные часы «Этика и психология семейной жизни» 5.Организация работы педагога – психолога со студентами,

	требующими особого педагогического внимания. 6. Организация тренингов «Траектория профессионального развития» 7. Цикл мероприятий по формированию нравственно-ориентированной профессиональной «Я-концепции» студента.
2.Организация социально-значимых проектов профессиональной направленности для личностного развития обучающихся, дающих возможности для самореализации в выбранной специальности	1.Неделя специальности Реклама 2.Конкурс профессионального мастерства «Левитация в рекламе» 3. Первые шаги рекламы в Хабаровске 4.Творческое фотосоревнование в рекламе 5.«Сделай лучшую рекламу своей специальности»» 6.Конкурс презентаций на тему «История успешной рекламы» 7. Творческий фотоконкурс «Успехи и провалы в рекламных проектах кампаний и организаций Хабаровска» 8.Творческий конкурс«Реклама глазами молодых»;
Модуль «Наставничество»	
1. Сопровождение профессионального роста, развития их профессиональных навыков и компетенций	1. Организация обучения на курсах профессиональной направленности 2.Беседы «Особенности профессионального имиджа рекламщика» 3.Анкетирование по определению правильности выбранной специальности после первой

	практики. 4.Обучение постановке целей «Будет цель – будет и дорога» 5.Тематические занятия «Этика поведения при трудоустройстве»
2. Организация социально-значимых проектов по специальности	1.Круглый стол на тему «Реклама как способ движения прогресса» 2.Беседы «Как найти свой стиль в рекламе» 3.Идея в рекламе для рекламщика и для потребителя 4. Круглый стол на тему «Влияние социальной рекламы на человека и общество» 5. социальная рекламная акция «Доброе дело» 6. Беседа на тему «Позиционирование себя в мире рекламы»
Модуль «Основные воспитательные мероприятия по специальности»	
1.Организация и проведение мероприятий, направленных на привитие любви к выбранной специальности.	1.Смотр творческих работ «Моя будущая профессия» 2.Проведение тренингов «Формирование коммуникативных навыков, необходимых специалисту по рекламе при работе с клиентами» 3.Организация совместных внеучебных выездов со студентами для анализа рекламных проектов в разных жанрах». 6.Творческие встречи с людьми, добившимися успеха в профессиональной деятельности. 8.Проведение межгрупповых

	рекламных кроссов. 10. Тематические классные часы: «Зову в свою профессию» «Карьера: настоящее и будущее» - «Шаг в будущее» 11. Театрально-музыкальное представление-конкурс «Знатоки профессии» 12. Деловая игра «Бизнес-гейм» 13. Анкетирование «Руководитель или подчиненный» 14. Клуб интересных встреч «Технология успеха». Встречи с людьми, в том числе выпускниками колледжа, добившимися успеха в своей профессиональной деятельности. 15. Образовательный квест «Платформа». Будущая профессиональная карьера: нелинейность, многозадачность. Быть готовым.
2. Просветительские мероприятия с участием амбассадоров	1. «Завтрак с амбассадором» 2. Мастер-классы «Тайны моей специальности» 3. Конкурс эссе «Я расскажу о своей специальности» 4. Погружение в будущую специальность по технологии сторителлинга «Моя специальность через 10 лет»
Модуль «Организация предметно-пространственной среды»	
1. Организация исследовательской работы,	1. Участие в Студенческой научной весне с работами, связанными с историей

связанной с историей становления специальности	становления, развития рекламного дела в Хабаровске. Предлагаемая тематика: - Роль рекламы в жизни человека и общества -
2.Создание пространства с соответствующими предметами-символами профессиональной сферы	1.Историческая выставка «Реклама в Хабаровске 19-20 в.в.» 2. Выставка работ студентов 3.Выставка рекламной продукции колледжа
Модуль «Взаимодействие с родителями (законными представителями)»	
1.Организация работы по выявлению профессиональных династий	1.Конкурс эссе «Моя специальность в моей семье». 2. Тематический классный час «У нас это семейное» 3. Родительские собрания групп 1 курса с приглашением преподавателей профессионального цикла «Успешность в овладении специальностью – в единстве родителей и педагогов» 4.Родительские собрания групп 2 курса «Родителям о будущей специальности их детей»
Модуль «Профилактика и безопасность»	
1.Организация мероприятий по безопасности в цифровой среде	1. Тематический классный час «Безопасный интернет» (со специалистом по цифровой безопасности)
2. Поддержка инициатив обучающихся в сфере укрепления безопасности в ПОО	Проект «Моя безопасность – моя ответственность»

Модуль «Социальное партнерство и участие работодателей»	
1. Организация взаимодействия с профессиональной средой.	1. Работа клуба «Социальное партнерство» 2. Профориентационные экскурсии на предприятия: 3. Приглашение работодателей в качестве членов жюри на конкурсы профессионального мастерства.
2. Реализация социальных проектов по специальности, разрабатываемых совместно с организациями-партнерами	1. Разработка вариантов рекламы «Социальная реклама на службе добра»
Модуль «Профессиональное развитие. Адаптация и трудоустройство»	
Организация участия обучающихся в профессиональных конкурсах	1. Участие обучающихся в конкурсах профессионального мастерства различных уровней. 2. Проведение олимпиады «Рекламная генерация» 3. Интерактивные лекции тематической направленности «Эффективные способы поиска работы»
Контроль за формированием портфолио	Создание электронного портфолио достижений обучающихся.

Раздел 3. Организационный

3.1. Кадровое обеспечение - это подбор, расстановка и оценка кадров, а также стимулирование и мотивация к деятельности. Кадры, обеспечивающие планирование и организацию воспитательной деятельности колледжа, представлены:

Кадровая единица
Директор колледжа
Заместитель директора по воспитательной работе

Заведующий отделением
Председатель предметно-цикловой комиссии
Социальный педагог
Педагог- организатор
Куратор учебной группы
Мастер производственного обучения
Педагог-психолог
Воспитатель общежития
Руководитель кружкового объединения, спортивной секции
Преподаватель - предметник
Библиотекарь

3.2. Нормативно-методическое обеспечение

№	Документ
Правоустанавливающие документы	
1.	Утвержденные должностные инструкции педагогических работников с внесенными вопросами воспитательной деятельности
2.	Положение о кураторстве в КГА ПОУ ХТК
3.	Положение о студенческом совете КГА ПОУ ХТК
4.	Положение о совете общежития КГА ПОУ ХТК
5.	Положение о мерах поощрения студентов КГА ПОУ ХТК
6.	Приказы: - о назначении кураторов учебных групп - о проведении родительских собраний - о проведении «Разговоров о важном» - о проведении конкурсов, смотров, профессионально ориентированных мероприятий
Формы документов куратора учебной группы	
1.	Формы: -Плана воспитательной работы куратора учебной группы -Социального паспорта учебной группы - Информационного листа о проведенном мероприятии - Карточки студента, стоящего на внутреннем учете колледжа

Программы	
2	Программы: - психолого-педагогического сопровождения и адаптации студентов 1 курса; - личностного и профессионального становления студента

3.3. Система поощрения профессиональной успешности и проявлений активной жизненной позиции обучающихся

Формы поощрения:

☒		
☒		
☒	☒	
☒	☒	
	☒	

Основания для поощрения профессиональной успешности и проявлений активной жизненной позиции обучающихся по специальности

1.	Успешное освоение образовательных программ по специальности
2.	Участие и результативность в конкурсах, чемпионатах и мероприятиях профессиональной направленности.
3.	Активное участие в профориентационной работе.
4.	Активное участие в спортивной жизни колледжа, фестивалях ВФСК ГТО «Подтянись к движению», сдаче нормативов ВФСК ГТО.
5.	Плодотворная работа в органах студенческого самоуправления
6.	Участие и результативность в творческой жизни колледжа, конкурсах творческой направленности различных уровней.

Анализ воспитательного процесса

Краевое государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Хабаровский технологический колледж» готовит специалистов для сферы услуг. Среднегодовая численность контингента – 1800 человек. В гендерном отношении 70% контингента составляют девушки, 30% - юноши. Ежегодно в колледже обучается более 100 детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из их числа; около 60-ти обучающихся имеют ограниченные возможности здоровья.

В колледже создана и успешно развивается единое воспитательное пространство, которое опирается на взаимодействие воспитательного потенциала внутренней и внешней социо-культурной среды. Система управления воспитательной деятельности создана и работает достаточно эффективно.

Большое внимание уделяется вопросам психолого-педагогического сопровождения становления личности будущего специалиста: адаптации, социализации, формированию Я-концепции. Работа начинается с первых дней пребывания обучающихся в колледже: в первые две недели проходят 5-ти часовые тренинги «Погружение», где молодым людям даются основные технологии познания самих себя, навыки самонализа «Колесо жизненного баланса», психологические разминки «Кто ты? Какой ты?»; обучающиеся приобретают навыки работы в команде, знакомятся с технологиями командной работы. В рамках адаптации проводится творческий конкурс учебных групп «Дерзайте! Вы талантливы!». С целью формирования

корпоративной культуры проводится квест «Платформа», в рамках которого проходит знакомство с историей и традициями колледжа, выявляются лидеры, которые позже проходят этап подготовки к работе в органах студенческого самоуправления. Большое внимание уделяется и технологиям целеполагания.

Профессионально-бизнес-ориентированное направление реализуется в следующих форматах: курсы дополнительного образования «Введение в специальность», где обучающиеся знакомятся с содержанием будущей профессии, посещают предприятия сферы услуг. Интересен формат эссе «Моя будущая профессия». «Я в профессии через 10 лет» с использованием элементов сторителлинга. Колледж активно включился в движение «Профессионалы» Россия, «Абилимпикс». Интересен обучающимся и Клуб интересных встреч «технология успеха», где они встречаются с людьми, добившимися успеха в профессиональной сфере, в том числе и с выпускниками. Традицией стало и проведение недели профессии, когда обучающиеся в креативной форме представляют свои профессиональные достижения, получают информацию о перспектива развития сферы услуг в Хабаровском крае.

Гражданско-патриотическое воспитание – одно из приоритетных в колледже. Интересен формат проектной работы «Мой город будущего»: обучающиеся учатся принимать ответственность за создание комфортной городской среды. Проводится смотр эссе «Мы в ответе за свой город (край, поселок, деревню). «Научно-исследовательский проект «Каменная музыка архитектуры Хабаровска» занял 1 место на Студенческой научной весне – 2024.

Эмоциональный отклик вызывают у обучающихся мероприятия, посвященные Дню Победы: акция «Милосердие», литературные конвенты «...в какой-то мере все мы тоже вернувшиеся с той войны», вечера Памяти «Поклонимся великим тем годам», цикл устных журналов «Трудные дороги Победы», кинозал «Память». Традиционной стала акция «Война в судьбе моей семьи».

В рамках социализации обучающихся в колледже развивается добровольчество и благотворительность: активно действует отряд «Милосердие», объединение «Вместе». Объектами заботы являются КГБУЗ «Дом-интернат для престарелых и инвалидов №1», где проводятся акции «Добрые руки» с оказанием парикмахерских услуг, фотосессии с дарением фотографий; КГБУЗ «Дом ребенка № 1», где проводится акция «Подари праздник детям»; КДКБ №4 им. Пиотровича (онкогематологическое отделение). Школа-интернат № 3.

Культурно-творческое направление представлено рядом традиционных мероприятий: творческим конкурсом «Зажги свою звезду», программами «От сердца к сердцу», посвященной Дню учителя, «В твою любовь я кутаюсь, как в шаль...», посвященной Дню матери с приглашением мам, бабушек наших обучающихся.

Одно из направлений воспитательной работы – **формирование экологической культуры и экологического самосознания.** посадке зеленых В рамках учебной дисциплины «Экология» обучающиеся знакомятся с принципами бережливого производства. Команд колледжа в 2024-25 учебном году стала призером краевой олимпиады по бережливому производству.

В целях **здоровьесбережения** ежегодно проводятся Дни здоровья с использованием спортивной инфраструктуры парка «Динамо», проходят первенства колледжа по настольному теннису, баскетболу, волейболу. Команды колледжа успешно принимают участие в краевых и городских спартакиадах.

В колледже работает 6 спортивных секций: «Баскетбол», «Волейбол», «Легкая атлетика», «Настольный теннис», «Лыжные гонки», «Готовимся к ГТО». Традиционно проводятся информационно-профилактические встречи с врачами- наркологами, работниками Цента Анти-СПИД. Вызывают интерес у обучающихся и конкурсы социальной рекламы, плакатов и артефактов «Посмотри. Подумай. Прими решение».

Одно из важнейших направлений – профилактика безнадзорности и правонарушений. Успешно работает Совет по профилактике правонарушений, Клуб правовых знаний. В колледже ведется внутренний учет обучающихся, имеющих отклонения от норм поведения. Ежегодно проводятся рейды в общежитие совместно с органами Госнаркоконтроля и ПДН, информационно-профилактические встречи с работниками ПДН «Ответственность несовершеннолетних перед законом».

В целях обеспечения реализации прав обучающихся на участие в управлении образовательным процессом, решения важных вопросов жизнедеятельности студенческой молодежи, развития её социальной активности, поддержки и реализации социальных инициатив в колледже создана **система студенческого самоуправления.** Совет общежития и Студенческий совет колледжа принимают активное участие в городском конкурсе «Студенческий

актив. Совет общежития, Совет колледжа : 2021, 2022, 2023, 2024, 25 – занимает 1-2 места.

В состав студенческого совета входят обучающиеся, стремящиеся овладеть управленческими навыками, социально активные и ответственные. Они заявили о себе, участвуя в краевых образовательных проектах «Инсайт», «Фабрика». Были участниками Форума студенческого самоуправления в МЦ «Океан» (г. Владивосток). Приобретенные навыки и знания члены студенческого совета успешно транслируют в рамках образовательного проекта колледжа «4К: содружество успешных людей».

В целях формирования специалиста будущего в колледже реализуется проект «4К: содружество успешных людей», в рамках которого обучающиеся знакомятся с моделью специалиста будущего, приобретают навыки работы в команде, учатся целеполаганию, тайм-менеджменту и др.

В колледже успешно функционирует система работы по предупреждению безнадзорности и профилактике правонарушений, которая включает Совет по профилактике правонарушений, Центр медиации, Совет кураторов. Особое место занимает отлаженная индивидуальная работа с обучающимися, позволяющая учитывать уровень социализации, развития психо-эмоциональной сферы каждого обучающегося.

«Хабаровский технологический колледж» занимает определенную нишу в социо-культурной жизни г. Хабаровска. Важной ее составляющей является добровольческая и благотворительная деятельность: в 2023 г. объединение «Вместе» заняло 2 место, а в 2022 г. 1 место в городском конкурсе на лучшую организацию добровольческой деятельности «Хабаровск – территория добра».

Творческие коллективы принимают участие и занимают призовые места в районных конкурсах патриотической песни «Виктория»; неоднократно колледж становился победителем краевого конкурса концертных программ в номинации «Лучшая концертная программа».

Значительным событием в культурной жизни города являлся конкурс молодых профессионалов «Трансформация», имеющий статус международного.

