

# АННОТАЦИИ

## К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ для специальности

### 42.02.01 «Реклама»

#### Аннотация учебной дисциплины

#### ЕН.01 «Математика»

#### Очная форма обучения

Составитель аннотации – Асташев А.Г.,

преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Математика» входит в математический и общий естественнонаучный учебный цикл.

Учебная дисциплина «Математика» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

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

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часов; самостоятельной работы обучающегося 24 часа.

#### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Математический анализ

Тема 1.1. Дифференциальное и интегральное исчисление

Тема 1.2. Комплексные числа

Тема 1.3. Ряды

Раздел 2. Основы дискретной математики

Тема 2.1. Множества и отношения. Свойства отношений. Операции над множествами

Тема 2.2. Основные понятия теории графов

Раздел 3. Основы теории вероятностей и математической статистики

Тема 3.1. Вероятность. Теорема сложения вероятностей

Тема 3.2. Случайная величина, ее функция распределения

Тема 3.3. Математическое ожидание и дисперсия случайной величины

Раздел 4. Основные численные методы

Тема 4.1. Численное интегрирование

Тема 4.2. Численное дифференцирование

**Аннотация учебной дисциплины**  
**ЕН.02 «Экологические основы природопользования»**  
**Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Аксенова О.Н.,  
преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

**1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Экологические основы природопользования» входит в математический и общий естественнонаучный учебный цикл.

Учебная дисциплина «Экологические основы природопользования» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

**3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.**

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

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

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

- правовые вопросы экологической безопасности.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 66 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 44 часа; самостоятельной работы обучающегося 22 часа.

**5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Особенности взаимодействия общества и природы

Тема 1.1. Природоохранный потенциал

Тема 1.2. Природные ресурсы и рациональное природопользование

Тема 1.3. Загрязнение окружающей среды токсичными и радиоактивными веществами

Раздел 2. Правовые и социальные вопросы природопользования

Тема 2.1. Государственные и общественные мероприятия по предотвращению разрушающих воздействий на природу. Природоохранный надзор

Тема 2.2. Юридическая и экономическая ответственность предприятий, загрязняющих окружающую среду

**Аннотация учебной дисциплины**

**ЕН.03 «Информатика»**

**Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Старжинская Л.А.,  
преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Информатика» входит в математический и общий естественнонаучный учебный цикл.

Учебная дисциплина «Информатика» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

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

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

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

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

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 24 часа.

### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Информация и информационные процессы. Системы счисления и основы логики

Тема 1.1. Введение в дисциплину. Человек и информация. Информационные процессы

Тема 1.2. Арифметические основы компьютеров. Системы счисления. Перевод чисел из одной системы в другую. Кодировка символов

Тема 1.3. Логические основы ЭВМ. Алгебра логики

Раздел 2. Устройство персонального компьютера (ПК)

Тема 2.1. Общие принципы организации работы на ПК. Классификация ПК

Раздел 3. Операционная система (ОС) Windows

Тема 3.1. Операционная система Windows 9x. Основные приемы работы в ОС

Тема 3.2. Компьютерные вирусы и антивирусные программы. Работа с носителями информации

Раздел 4. Информационные технологии

Тема 4.1. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office. Текстовый процессор MS Word

Тема 4.2. Графический редактор Paint. Основные приемы обработки информации в графическом редакторе

Тема 4.3. Электронные таблицы. Основные приемы обработки числовой информации в табличном процессоре MS Excel

Тема 4.4. Мультимедийные технологии. Компьютерные коммуникации

Раздел 5. Моделирование и формализация

Тема 5.1. Моделирование как метод познания. Материальные и информационные модели

## **Аннотация учебной дисциплины**

### **ОГСЭ.01 «Основы философии»**

#### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Витютнева Т.А.,

преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Основы философии» относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу основной профессиональной образовательной программы.

Учебная дисциплина «Основы философии» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

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

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

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

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

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

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

#### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Предмет философии и её история

Тема 1.1. Основные понятия и предмет философии

Тема 1.2. Философия Древнего мира и средневековая философия

Тема 1.3. Философия Возрождения и Нового времени

Тема 1.4. Современная философия

Раздел 2. Структура и основные направления философии

Тема 2.1. Методы философии и ее внутреннее строение

Тема 2.2. Учение о бытии и теория познания

Тема 2.3. Этика и социальная философия

Тема 2.4. Место философии в духовной культуре и ее значение

## **Аннотация учебной дисциплины**

### **ОГСЭ.02 «История»**

### **Очная форма обучения**

**Составитель аннотации – Воропаева Ю.П.,  
преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин**

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «История» относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу основной профессиональной образовательной программы.

Учебная дисциплина «История» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

Цель:

Формирование представлений об особенностях развития современной России на основе осмысления важнейших событий и проблем российской и мировой истории последней четверти XX – начала XXI вв.

Задачи:

- рассмотреть основные этапы развития России на протяжении последних десятилетий XX – начала XXI вв.;
- показать направления взаимовлияния важнейших мировых событий и процессов на развитие современной России;
- сформировать целостное представление о месте и роли современной России в мире;
- показать целесообразность учета исторического опыта последней четверти XX века в современном социально-экономическом, политическом и культурном развитии России.
- В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:
- ориентироваться в современной экономической, политической, и культурной ситуации в России и мире;
- выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

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

- содержание и назначение важнейших нормативных правовых актов мирового и регионального значения.

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

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

#### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Развитие СССР и его место в мире в 1980-е гг.

Тема 1.1. Основные тенденции развития СССР к 1980-м гг.

Тема 1.2. Дезинтеграционные процессы в России и Европе во второй половине 80-х гг.

Раздел 2. Россия и мир в конце XX - начале XXI века.

Тема 2.1. Постсоветское пространство в 90-е гг. XX века.

Тема 2.2. Укрепление влияния России на постсоветском пространстве.

Тема 2.3. Россия и мировые интеграционные процессы.

Тема 2.4. Развитие культуры в России.

Тема 2.5. Перспективы развития РФ в современном мире.

### **Аннотация учебной дисциплины**

#### **ОГСЭ.03 «Иностранный язык»**

#### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Шэтти Е.В.,

преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Иностранный язык» относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу основной профессиональной образовательной программы.

Учебная дисциплина «Иностранный язык» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате изучения учебной дисциплины «Английский язык» обучающийся должен знать:

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

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

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 192 часа, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 172 часа; самостоятельной работы обучающегося 20 часов.

## **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Вводно-коррективный курс

Тема 1.1. Описание людей: друзей, родных и близких и т.д. (внешность, характер, личностные качества)

Тема 1.2. Межличностные отношения дома, в учебном заведении, на работе

Раздел 2. Развивающий курс

Тема 2.1. Повседневная жизнь условия жизни, учебный день, выходной день

Тема 2.2. Здоровье, спорт, правила здорового образа жизни

Тема 2.2. Здоровье, спорт, правила здорового образа жизни

Тема 2.3. Город, деревня, инфраструктура

Тема 2.4. Досуг

Тема 2.5. Новости, средства массовой информации

Тема 2.6. Природа и человек (климат, погода, экология)

Тема 2.7. Образование в России и за рубежом, среднее профессиональное образование

Тема 2.8. Культурные и национальные традиции, краеведение, обычаи и праздники

Тема 2.9. Научно-технический прогресс

Тема 2.11 Профессии, карьера

Тема 2.12 Отдых, каникулы, отпуск. Туризм

Тема 2.13 Искусство и развлечения

Тема 2.14. Реклама. Презентация. Рекламная кампания

## **Аннотация учебной дисциплины**

### **ОГСЭ.04 «Физическая культура»**

#### **Очная форма обучения**

**Составитель аннотации – Спицын М.И.,**

**преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин**

### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Физическая культура» относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу основной профессиональной образовательной программы.

Учебная дисциплина «Физическая культура» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;

основы здорового образа жизни.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 344 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 172 часа;

- самостоятельной работы обучающегося 172 часа.

## **5. Тематический план учебной дисциплины**

Тема 1.Общекультурное и социальное значение физической культуры.

Тема 2.Легкая атлетика

Тема 3.Спортивные игры. Баскетбол.

Тема 4.Спортивные игры. Волейбол.

Тема 5.Спортивные игры. Настольный теннис

Тема 6.Общая физическая подготовка

Тема 7.Профессионально-прикладная физическая подготовка

Тема 8.Виды спорта по выбору.

Тема 9.Спортивная аэробика/Атлетическая гимнастика

## **Аннотация учебной дисциплины** **ОГСЭ.ВЧ.05 «Русский язык и культура речи»**

### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Степаненко Т.М.,

преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

### **1. Область применения программы.**

Рабочая программа учебной дисциплины «Русский язык и культура речи» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама»

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

Учебная дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу основной профессиональной образовательной программы вариативная часть.

Учебная дисциплина «Русский язык и культура речи» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- пользоваться речевой культурой;
- совершенствовать речевые навыки и умения - вести диалог, отвечать на вопросы;
- совершенствовать орфографическую и пунктуационную грамотность;
- обогащение своих знаний о соответствующих единицах языка – фонетических, лексических, фразеологических, морфологических, синтаксических
- анализировать речь, изобретать и формулировать мысли;
- создавать собственные тексты, готовить и произносить речь, находить документы.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- языковые средства и принципы их употребления;
- стили и жанры речи;
- основные принципы построения деловой беседы.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часа, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часов; самостоятельной работы обучающегося 24 часа.

### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Введение. Язык и речь

Тема 1. Фонетика

Тема 2. Лексика и фразеология

Тема 3. Словообразование



Тема 4. Части речи  
Тема 5. Синтаксис  
Тема 6. Нормы русского правописания  
Тема 7. Текст. Стили речи

**Аннотация учебной дисциплины**  
**ОГСЭ.ВЧ.06 «Основы финансовой грамотности»**

**Очная форма обучения**

**Составитель аннотации – Уварова Э.Ф.,**  
**преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин**

**1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Основы финансовой грамотности» относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу основной профессиональной образовательной программы вариативная часть.

Учебная дисциплина «Основы финансовой грамотности» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

**3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.**

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

- анализировать состояние финансовых рынков, используя различные источники информации;
- применять теоретические знания по финансовой грамотности для практической деятельности и повседневной жизни;
- сопоставлять свои потребности и возможности, оптимально распределять свои материальные и трудовые ресурсы, составлять семейный бюджет и личный финансовый план;
- грамотно применять полученные знания для оценки собственных экономических действий в качестве потребителя, налогоплательщика, страхователя, члена семьи и гражданина;
- анализировать и извлекать информацию, касающуюся личных финансов, из источников различного типа и источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.);
- оценивать влияние инфляции на доходность финансовых активов;
- использовать приобретенные знания для выполнения практических заданий, основанных на ситуациях, связанных с покупкой и продажей валюты;
- определять влияние факторов, воздействующих на валютный курс;
- применять полученные теоретические и практические знания для определения экономически рационального поведения;
- применять полученные знания о хранении, обмене и переводе денег;
- использовать банковские карты, электронные деньги; пользоваться банкоматом, мобильным банкингом, онлайн-банкингом;
- применять полученные знания о страховании в повседневной жизни;
- выбирать страховую компанию, сравнивать и выбирать наиболее выгодные условия личного страхования, страхования имущества и ответственности;

- применять знания о депозите, управления рисками при депозите;
- применять знания о кредите, сравнивать кредитные предложения, учитывать кредиты в личном финансовом плане, уменьшать стоимость кредита;
- определять назначение видов налогов, характеризовать права и обязанности налогоплательщиков, рассчитывать НДФЛ, применять налоговые вычеты, заполнять налоговую декларацию;
- оценивать и принимать ответственность за рациональные решения и их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом.

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

- экономических явлений и процессов общественной жизни;
- структуры семейного бюджета и экономики семьи;
- депозита и кредита;
- накопления и инфляции, роли депозита в личном финансовом плане, понятия о кредите, его виды;
- основных характеристик кредита, роли кредита в личном финансовом плане;
- расчётно–кассовых операций;
- хранения, обмена и перевода денег, различных видов платёжных средств, форм дистанционного банковского обслуживания;
- пенсионного обеспечения: государственной пенсионной системы, формирования личных пенсионных накоплений;
- видов ценных бумаг;
- сферы применения различных форм денег;
- основных элементов банковской системы;
- видов платёжных средств;
- страхования и его видов;
- налогов (понятие, виды налогов, налоговые вычеты, налоговая декларация);
- правовых норм для защиты прав потребителей финансовых услуг;
- признаков мошенничества на финансовом рынке в отношении физических лиц.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 50 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов; самостоятельной работы обучающегося 14 часов.

#### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Тема 1. Личное финансовое планирование

Тема 2. Депозит. Кредит. Расчётно – кассовые операции

Тема 3. Страхование

Тема 4. Инвестиции

Тема 5. Пенсионное обеспечение

Тема 6. Налоги и налогообложение

Тема 7. Признаки финансовых пирамид и защита от мошенничества на финансовом рынке

Тема 8. Создание собственного бизнеса

### **Аннотация учебной дисциплины**

#### **ОП.01 «Рисунок с основами перспективы»**

#### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Овчинникова М.С.,

преподаватель кафедры реклама

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Рисунок с основами перспективы» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла.

Учебная дисциплина «Рисунок с основами перспективы» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

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

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

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

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

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – 369 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 246 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 123 часа.

## **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Основные средства и приемы рисования

Тема 1.1. Организация рабочего места. Освещение. Техника и материалы

Тема 1.2. Восприятие формы предметов и их применение в рисунке

Раздел 2. Освоение принципов рисунка с натуры

Тема 2.1. Начальные упражнения по освоению основных принципов рисунка с натуры.

Рисование отдельных предметов.

Тема 2.2. Рисование натюрморта, интерьера.

Тема 2.3. Рисование экстерьера автотехники, зданий и сооружений.

Раздел 3. Рисование растительности, птиц, животных и человека

Тема 3.1. Рисование растительности, птиц, животных.

Тема 3.2. Изучение и рисование человека.

Тема 3.3. Композиционный рисунок с изображением фигуры человека

## **Аннотация учебной дисциплины** **ОП.02 «Живопись с основами цветоведения»**

### **Очная форма обучения**

**Составитель аннотации – Овчинникова М.С.,**

**преподаватель кафедры реклама**

## **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Живопись с основами цветоведения» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла.

Учебная дисциплина «Живопись с основами цветоведения» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

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

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

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

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

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 369 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 246 часов;

самостоятельной работы обучающегося 123 часа.

## **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Основы живописи и цветоведения

Тема 1.1 Основы цветоведения

Тема 1.2. Основные сведения о живописи

Раздел 2. Живопись гуашевыми и акриловыми красками

Тема 2.1. Натюрморт. Пейзаж в живописи

Тема 2.2. Интерьер

Тема 2.3. Натюрморт из геометрических предметов. Ахроматическое решение (Гризайль)

Тема 2.3. Этюд головы и фигуры человека

## **Аннотация учебной дисциплины** **ОП.03 «История изобразительного искусства»** **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Овчинникова М.С.,  
преподаватель кафедры реклама

## **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «История изобразительного искусства» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла.

Учебная дисциплина «История изобразительного искусства» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

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

- использовать свои знания в профессиональной деятельности.

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

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

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 81 час, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 54 часа; самостоятельной работы обучающегося 27 часов.

## **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Изобразительное искусство, его функции и виды

Тема 1.1. Искусство как особая форма общественного сознания

Тема 1.2. Виды и жанры изобразительного искусства

Тема 1.3. Декоративно-прикладное искусство.

Раздел 2. Искусство Древнего мира

Тема 2.1. Искусство первобытного общества

Тема 2.2. Изобразительное искусство Древнего Востока

Тема 2.2.1 Искусство Древнего Египта

Тема 2.3. Искусство античности

Тема 2.3.1 Шедевры античного искусства

Раздел 3. Искусство Средних веков и Возрождения

Тема 3.1. Искусство Византии

Тема 3.2. Искусство средневековой Европы

Тема 3.3. Итальянское Возрождение

Тема 3.4. Северное Возрождение

Тема 3.4.1 Шедевры Возрождения

Раздел 4. Искусство Нового времени

Тема 4.1. Европейское искусство XVII-XVIII веков

Тема 4.2. Искусство Европы XIX-начала XX веков

Тема 4.2.1 Художники-импрессионисты

Раздел 5. Русское искусство

Тема 5.1. Искусство Древней Руси

Тема 5.2. Искусство русских земель XIV-XVII вв. Московская Русь

Тема 5.2.1 «Золотое кольцо России»

Тема 5.2.2 Соборы Кремля

Тема 5.3. Русское искусство XVIII века.

Тема 5.3.1 «Архитектура Петровского барокко»

Тема 5.4. Русское искусство XIX века

Тема 5.4.1 Выдающиеся художники России XIX века

Тема 5.4.2 Шедевры русского искусства

Тема 5.5. Русский авангард

Раздел 6. Современное искусство – переломная эпоха всеобщей истории искусств

Тема 6.1. Современное искусство.

## **Аннотация учебной дисциплины**

### **ОП.04 «Экономика организации»**

#### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Топчиева Н.Н.,

преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Экономика организации» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла.

Учебная дисциплина «Экономика организации» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

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

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – 54 часа, в том числе:

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

#### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Основные понятия экономики организации

Тема 1.1. Основы экономики и предпринимательская деятельность

Тема 1.2. Анализ предпринимательской деятельности

Тема 1.3. Менеджмент и маркетинг в предпринимательской деятельности

Тема 1.4. Организация оплаты труда

Раздел 2. Финансы и основные формы расчетов в предпринимательстве

Тема 2.1. Финансы предприятия

Тема 2.2. Налоги и налогообложение

## **Аннотация учебной дисциплины**

### **ОП.05 «Безопасность жизнедеятельности»**

#### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Ворона О.Н.

### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла.

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;
- основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;
- основы военной службы и обороны государства;
- задачи и основные мероприятия гражданской обороны, способы защиты населения от оружия массового поражения;

- меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;
- организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на неё в добровольном порядке;
- основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;
- область применения получаемых профессиональных знаний при выполнении обязанностей военной службы;
- порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 102 часа,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 68 часов;

самостоятельная работа обучающихся - 34 часа.

#### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1 Гражданская оборона

Тема 1.1. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций.

Тема 1.2 Организация гражданской обороны

Тема 1.3 Защита населения и территорий при стихийных бедствиях.

Тема 1.4 Защита населения и территорий при авариях (катастрофах) на транспорте.

Тема 1.5 Защита населения и территорий при авариях (катастрофах) на производственных объектах.

Тема 1.6 Обеспечение безопасности при неблагоприятной экологической обстановке

Тема 1.7 Обеспечение безопасности при неблагоприятной социальной обстановке.

Раздел 2. Основы военной службы.

Тема 2.1 Вооруженные Силы России на современном этапе.

Тема 2.2 Уставы Вооруженных Сил России.

Тема 2.3 Строевая подготовка.

Тема 2.4 Огневая подготовка.

Тема 2.5 Медико-санитарная подготовка.

### **Аннотация учебной дисциплины**

#### **ОП.ВЧ.06 «Психология рекламы»**

#### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Мартэн М.А.,

преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Психология рекламы» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла, вариативная часть.

Учебная дисциплина «Психология рекламы» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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



Цель изучения дисциплины – обобщить теоретический, практический и методологический материалы по психологии, ориентированные на применение в сфере рекламной деятельности; помочь студентам овладеть основными методами исследования психологического поведения потребителей.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- выявлять возможные стереотипы потенциальных покупателей; корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия; проводить «мозговой штурм»;
- формировать покупательское поведение под влиянием рекламной кампании;
- формировать образ товара;
- использовать в исследовании потребительских интересов метод фокус-групп.

знать:

- понятие, функции, цели и виды рекламы;
- когнитивные, поведенческие и эмоциональные аспекты рекламного воздействия;
- структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела;
- установки и стереотипы в рекламной практике;
- теорию и методику психотехнического анализа рекламы;
- психотехнологии рекламных средств без обратной связи и с обратной связью;
- психотехнологии рекламного текста без обратной связи;
- суггестивные психотехнологии в рекламе;
- психотехнологии торговых ярмарок и выставок;
- психотехнологии эффективных презентаций; метод фокус-групп в исследовании рекламных интересов;
- психологию света, цвета и формы в рекламе.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 90 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 60 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 30 часов.

#### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел I. Общетеоретические проблемы психологии рекламы

1.1. Психология рекламы как науки

1.2. Теория и методика психотехнического анализа рекламы

1.3. Методологические традиции в психологии рекламы. Основные методы психологии рекламы

1.4. Основные направления в построении современных исследований в рекламе

Раздел II. Общетеоретические проблемы психологии в рекламе

2.1. Психологическое воздействие рекламы

2.2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов

2.3. Психология цвета, света и формы в рекламе

2.4. Психологическая эффективность рекламы. Реклама, как объект психологического анализа

2.5. Реклама, как социально психологический феномен. Психологическая экспертиза рекламы

Раздел III. Проблемы психологической эффективности рекламы

3.1. Психологические процессы, обеспечивающие эффективность воздействия рекламы.

3.2. Коммуникативная функция рекламы. Понятие психологической безопасности

3.3. Принцип корректности рекламы

3.4. Индивидуальный психотехнический анализ

# **Аннотация учебной дисциплины** **ОП.ВЧ.07 «Рекламная деятельность»**

## **Очная форма обучения**

**Составитель аннотации – Уварова Э.Ф.,**

**преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин**

### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла, вариативная часть.

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

В результате изучения дисциплины студент должен

**уметь:**

- применять полученные знания при планировании и проведении рекламных кампаний и построении стратегий брендинга.

**знать:**

- рекламный менеджмент и его функции;
- организацию и планирование рекламных кампаний, а также методику и принципы построения брендинговых стратегий;
- основные принципы медиапланирования;
- методы контроля и оценки эффективности рекламной деятельности;

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 184 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 120 часов;

самостоятельная работа обучающихся - 64 часа.

### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Введение

Тема 1.1. Рекламная деятельность: понятие, цели, задачи, история.

Раздел 2. Коммуникативные аспекты рекламы

Тема 2.1. Коммуникация

Тема 2.2. Специфика рекламы как вида коммуникативной деятельности

Тема 2.3. Семиотический подход к рекламе

Раздел 3. Виды и средства распространения рекламы

Тема 3.1. Основные виды рекламы

Тема 3.2. Классификация СМИ. Специфика основных каналов рекламной коммуникаций

Раздел 4. Бренд и брендинг

Тема 4.1. Торговая марка и бренд. Дифференциация. Факторы необходимости брендинга.

Тема 4.2. Нейминг

Тема 4.3. Брендбук - «паспорт бренда»

Тема 4.4. Позиционирование бренда

Тема 4.5. Имидж бренда

Раздел 5. Организация продвижения бренда

Тема 5.1. Креативная стратегия

Тема 5.2. Планирование и оценка эффективности рекламной кампании

**Аннотация учебной дисциплины**  
**ОП.ВЧ.08 «Проектирование рекламного продукта»**

**Очная форма обучения**

**Составитель аннотации – Овчинникова М.С.,**

**преподаватель кафедры реклама**

**1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Проектирование рекламного продукта» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла, вариативная часть.

Учебная дисциплина «Проектирование рекламного продукта» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

**3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.**

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- креативно мыслить, искать и находить оригинальные, нестандартные решения;
- грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения;
- проектировать все основные виды рекламной продукции;
- профессионально выполнять проект на всех стадиях от эскизирования до макетирования;
- применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъёмку и др.)
- работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи;
- обосновывать, отстаивать и защищать проект;

знать:

- существующие виды и направления рекламной деятельности, структуру производства и особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы;
- теоретические основы и методы проектирования в графическом, промышленном и др. видах современного дизайна;
- пластические и конструктивные свойства материалов, применяемых в рекламном производстве, возможности их обработки;
- виды шрифтовых гарнитур и шрифтовую графику;
- терминологию дизайнера и рекламиста;

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 263 часа, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 176 часов; самостоятельная работа обучающихся - 87 часов.

**5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Введение

Раздел 2. Шрифт как средство коммуникации

Тема 2.1. Выразительные возможности шрифтового изображения.

Тема 2.2. Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.

Тема 2.3. Шрифтовой рекламный плакат.

Раздел 3. Формирование корпоративного стиля

Тема 3.1. Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-

концепция.

Тема 3.2. Концептуальные стилеобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы/.

Тема 3.3. Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля.

Раздел 4. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама

Тема 4.1. Информационно-графический комплекс и его направления.

Тема 4.2. Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат.

Тема 4.3. Дизайн-проект рекламного буклета.

Раздел 5. Реклама товарной продукции

Тема 5.1. Дизайн упаковки.

Тема 5.2. Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины).

Тема 5.3. Реклама на транспорте.

Раздел 6. Объёмно-пространственные рекламные конструкции

Тема 6.1. Дизайн-проект наружной рекламы.

Тема 6.2. Экспозиционная реклама.

## **Аннотация учебной дисциплины**

### **ОП.ВЧ.09 «Рекламный текст»**

#### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Овчинникова М.С.,

преподаватель кафедры реклама

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Рекламный текст» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла, вариативная часть.

Учебная дисциплина «Рекламный текст» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- рецензировать рекламные тексты;
- исследовать стилевые особенности, выразительные и художественно-изобразительные средства языка рекламного текста;
- использовать знания о специфических особенностях языка рекламы при составлении оригинальных самостоятельных текстов для различных типов рекламы;
- выражать творческие идеи в тексте рекламы, используя выразительные средства речи;

знать:

- профессиональную терминологию копирайтера;
- методы, приемы, особенности составления рекламного дискурса;
- специфические особенности языка рекламы;
- стилевые особенности рекламного текста;
- особенности слогана как рекламной константы;
- маркетинговую и художественную ценность рекламного текста;

- выразительные и художественно-изобразительные средства русского языка и их использование в рекламе;
- специфику языка разных типов рекламы (аудиальной, визуальной, др.).

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 99 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 66 часов;  
самостоятельная работа обучающихся - 33 часа.

#### **5. Тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1. Понятие рекламного текста

Тема 1.1. Структура вербальной части рекламы.

Тема 1.2. Маркетинговая информация в рекламном тексте.

Тема 1.3. Интралингвистические особенности рекламного текста.

Тема 1.4. Стилистика рекламного текста.

Тема 1.5. Приемы речевого воздействия в рекламе.

Тема 1.6. Бриф, как основной, носитель информации о рекламной коммуникации.

### **Аннотация учебной дисциплины**

#### **ОП.ВЧ.10 «Основы исследовательской деятельности»**

##### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации – Дорохин Е.Д.,

преподаватель кафедры юриспруденции

#### **1. Область применения программы.**

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

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

Учебная дисциплина «Основы исследовательской деятельности» входит в состав дисциплин профессионального учебного цикла, вариативная часть.

Учебная дисциплина «Основы исследовательской деятельности» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама»

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

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- применять теоретические знания для решения конкретных практических задач;
- определять объект исследования, формулировать цель, составлять план выполнения исследования;
- осуществлять сбор, изучение и обработку информации;
- формулировать выводы и делать обобщения

знать:

- методику исследовательской работы (выпускной квалификационной работы);
- способы поиска и накопления необходимой научной информации, ее обработки и оформления результатов;
- методы научного познания;
- общую структуру и научный аппарат исследования;
- приемы и способы поиска и накопления необходимой научной информации.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часа, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 36 часов;

самостоятельная работа обучающихся - 18 часов.

## **5. Тематический план учебной дисциплины**

Введение

Раздел 1. Основные понятия научно-исследовательской деятельности

Тема 1.1. Исследования и их роль в практической деятельности человека.

Тема 1.2. Основные методы и этапы исследовательского процесса.

Тема 1.3. Планирование и организация исследовательской деятельности.

Тема 1.4. Способы представления результатов исследовательской деятельности.

Раздел 2. Методы научного познания

Раздел 3. Логические законы и правила в практике научного исследования

Раздел 4. Накопление и обработка научной информации

Тема 4.1. Поиск научной информации.

Тема 4.2. Накопление и обработка научной информации.

## **Аннотация профессионального модуля**

### **ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»**

#### **МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта»**

#### **МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта»**

### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации Овчинникова М.С.,

преподаватель кафедры реклама

### **1. Область применения рабочей программы.**

Программа профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» – является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО специальности 42.02.01 «Реклама» квалификация специалист по рекламе

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

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

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 467 часов;

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 300 часов;

самостоятельной работы обучающегося 167 часов;

курсового проектирования 20 часов.

#### **4. Содержание обучения по профессиональному модулю**

МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта»

Раздел 1. Поиск рекламных идей

Тема 1.1. Реклама как средство передачи информации

Тема 1.2. Классификация по целевой аудитории

Раздел 2. Выполнение художественного эскизирования и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы

Тема 2.1. Организация композиции плоскости

Тема 2.2. Цвет в декоративной композиции

Тема 2.3. Стилизация в композиции

Раздел 3. Разработка авторских рекламных проектов

Тема 3.1. Реклама торговой марки

МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта»

Введение

Раздел 1. Теория рекламы, особенности создания эффективного рекламного продукта

Тема 1.1 Рекламное обращение

Тема 1.2 Рекламный слоган

Тема 1.3 Существующие теории рекламы

Раздел 2. Разработка рекламной стратегии. Семиотика рекламы.

Тема 2.1 Рекламная концепция

Тема 2.2 Эстетика в рекламном деле

Тема 2.3 Рекламный продукт

Тема 2.4 Уникальное торговое предложение

Тема 2.5 Потребности потребителя

Тема 2.6 Портрет потребителя

Раздел 3. Разработка творческой концепции рекламного продукта.

Тема 3.1 Рекламная идея

Тема 3.2 Бриф

Тема 3.3 Креатив в рекламе

Тема 3.4 Создание наружной рекламы

Тема 3.5 Сувенирная продукция

Тема 3.6 Выставка как комплекс маркетинговых коммуникаций

Раздел 4. Методы психологического воздействия на потребителя.

Тема 4.1 НЛП в рекламе

Тема 4.2 Семиотика

Раздел 5. Разработка концепции и проектирование рекламной кампании.

Тема 5.1 Рекламный продукт. Обзор готовых рекламных продуктов

Тема 5.2 Рекламная кампания

Тема 5.3 Бриф с заказчиком

Тема 5.4 Создание рекламной кампании

**Учебная практика. Практические основы разработки и создание дизайна рекламного продукта.**

Виды работ

Разработка дизайн-проекта фирменного стиля компании.

Выполнить анализ ситуации.

Определить потребителя

Определить основную образную идею проекта – дизайн-концепцию

Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw.

Подготовить презентацию проекта.

Разработка дизайн-проекта серии открыток и упаковки

Создание рекламного продукта по заданию;

Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.

Подготовить защиту проекта

### **Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.**

Виды работ

Изложить свое понимание фирменного стиля

Определить потребителя. Найти аналоги элементов фирменного стиля. Выполнить их анализ по эстетическим и художественно-стилистическим признакам.

Подготовить эскизы логотипа, образ, шрифтовое решение.

Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для исполнения фирменного стиля.

Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.

Подготовить презентацию проекта

Выполнить графическое решение серии открыток в едином стиле (5 штук) и упаковки при помощи программы CorelDraw.

Вложить макеты открыток и упаковки в портфолио.

Подготовить защиту проекта

## **Аннотация профессионального модуля**

### **ПМ.02 «Производство рекламной продукции»**

#### **МДК.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале»**

#### **МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа»**

#### **МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии»**

#### **МДК.02.04 «Техника и технологии рекламного видео»**

### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации Царегородцева Н.А.,

преподаватель кафедры реклама

### **1. Область применения рабочей программы.**

Программа профессионального модуля «Производство рекламной продукции» – является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО специальности 42.02.01 «Реклама» квалификация специалист по рекламе

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

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



- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

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

### **3. Рекомендованное количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 746 часов;

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 508 часов;

самостоятельной работы обучающегося 238 часов.

### **4. Содержание обучения по профессиональному модулю**

МДК.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале»

Тема 1.1. Рекламная полиграфия

Тема 1.2. Сувенирная продукция

МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа»

Тема 1.1. Редакторы растровой графики

Тема 1.2. Редакторы векторной графики

Тема 1.3. Разработка рекламной продукции в сети Интернет

МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии»

Раздел 1. Техника и технические средства фотографии

Тема 1.1. Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки

Тема 1.2. Основы экспонометрии

Тема 1.3. Свет и освещение

Тема 1.4. Светофильтры и оптические насадки

Раздел 2. Технология фотографии

Тема 2.1. Организация пространства кадра

Тема 2.2. Фотосъемка жанра

Тема 2.3. Комбинированные съемки

Тема 2.4. Фоторепортаж и фоторепродукция

Раздел 3. Цифровая фотография

Тема 3.1. Цветоделение и цветовоспроизведение

Тема 3.2. Особенности съемки цветной и черно-белой фотографии

Тема 3.3. Основы цифровой обработки фотоизображения и вывода их на печать. Хранение фотографий

Раздел 1. Кино и телевидение – виды экранного пространственно-временного искусства

Тема 1.1 Кино и телевидение

Тема 1.2 История телевизионного ролика, функции рекламного ролика

Тема 1.3 Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции

Раздел 2. Технические средства видеосъемки

Тема 2.1 Виды съемочной аппаратуры, её основные узлы, носители изображения

Тема 2.2 Съемка статичной и движущейся камерами.

Тема 2.3 Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика.

Тема 2.4 Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы

Тема 2.5 Естественный и искусственный свет. Экспонометрия

Раздел 3. Технологии рекламного видео

Тема 3.1 Разработка рекламного ролика

Тема 3.2 Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса

Тема 3.3 Съёмочный процесс

Тема 3.4 Видеомонтаж, кадр и монтаж

Тема 3.5 Монтажно-тонировочный период

### **Учебная практика. Практические основы производства рекламной продукции.**

Виды работ:

Приготовить тематическое портфолио организации.

Изготовление печатной, рекламной продукции: визитки, полноцветный плакат, листовка А5, информационный стенд.

Подготовить макет Щитовой рекламы.

Макет наружной рекламы

Макет рекламного сувенира.

Нарисовать мультипликационный персонаж в графическом редакторе Corel Draw.

Создать рекламный анимационный ролик в графическом редакторе Adobe Flash

Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе Adobe Photoshop.

Съёмка стекла и бликующих предметов.

Предметная съёмка.

Макросъёмка

Съёмка жидкости.

Съёмка интерьеров.

Съёмка ювелирных изделий.

Настройка видеооборудования и освещения для съёмки рекламного ролика.

Съёмка рекламного видеоролика по заданной теме.

Монтаж видеоролика согласно технического задания.

Составления коммерческого предложения по созданию видео рекламы.

### **Производственная практика. Производство рекламной продукции.**

Виды работ

Создание рекламной продукции способом термографии.

Создание рекламной продукции с помощью ароматической полиграфии.

Создание рекламной продукции с помощью стерео полиграфии.

Разработка и создание промо-сайтов новых товаров и услуг.

Создание рекламных фото каталогов ювелирных изделий.

Студийная видеосъёмка рекламного видеоролика для телевизионного эфира.

Создание рекламных интернет баннеров.

Создание выставочных и рекламных промо-стендов.

## **Аннотация профессионального модуля**

### **ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»**

#### **МДК.03.01 «Маркетинг в рекламе»**

#### **МДК.03.02 «Правовое обеспечение рекламной деятельности»**

#### **Очная форма обучения**

Составитель аннотации Топчиева Н.Н.,

преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин

### **1. Область применения рабочей программы.**

Программа профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» – является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО специальности 42.02.01 «Реклама» квалификация специалист по рекламе

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 231 час;

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 154 часа;

самостоятельной работы обучающегося 77 часов.

#### **4. Содержание обучения по профессиональному модулю**

МДК.03.01 «Маркетинг в рекламе»

Тема 1.1. Основные направления рекламной деятельности

Тема 1.2. Маркетинг и интернет

Тема 1.3. Фокус-группы в маркетинговом исследовании

Тема 1.4. Ценообразование в рыночной экономике

Тема 1.5. Разработка маркетинговой части бизнес-плана

МДК.03.02 «Правовое обеспечение рекламной деятельности»

Тема 1.1. Основы правового регулирования рекламной деятельности

Тема 1.2. Гражданско-правовые отношения в сфере рекламной деятельности. Договора в сфере рекламы

Тема 1.3. Правовая охрана интеллектуальной собственностью в сфере рекламной деятельности

Тема 1.4. Государственный контроль и саморегулирование в области рекламной деятельности

#### **Учебная практика. Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта.**

Виды работ

Оформление договорной документации.

Принятие и рассмотрение претензий.

Оформление документации, предусматривающей ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

#### **Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.**

Виды работ

Выявление требований целевых групп потребителей.

Разработка средств продвижения рекламного продукта.

Разработка маркетинговой части бизнес-плана.

Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы.

### **Аннотация профессионального модуля**

#### **ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного**

**проекта (продукта)»**

**МДК.04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»**

**МДК.04.02 «Реклама и связи с общественностью в сфере применения»**

**Очная форма обучения**

**Составитель аннотации Шпакова И.Н., преподаватель кафедры  
общеобразовательных дисциплин**

**1. Область применения рабочей программы.**

Программа профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)» – является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО специальности 42.02.01 «Реклама» квалификация специалист по рекламе

**2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:  
иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 258 часов;

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 172 часа;

самостоятельной работы обучающегося 86 часов.

**4. Содержание обучения по профессиональному модулю**

МДК.04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

Тема 1.1. Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики

Тема 1.2. Конкуренция в рыночной экономике

Тема 1.3. Издержки производства

Тема 1.4. Ценовая политика рекламной организации

Тема 1.5. Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации

Тема 1.6. Материально-техническая база рекламной организации  
Тема 1.7. Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов  
Тема 1.8. Организация оплаты труда  
Тема 1.9. Формирование хозяйственной стратегии рекламной организации  
Раздел 2. Менеджмент рекламной деятельности  
Тема 2.1. Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации  
Тема 2.2. Сущность и характерные черты современного менеджмента  
Тема 2.3. Структура организации. Внешняя и внутренняя среда организации  
Тема 2.4. Аспекты планирования рекламной деятельности  
Тема 2.5. Этапы принятия и реализация управленческих решений  
Тема 2.6. Цели и функции рекламного менеджмента  
Тема 2.7. Мотивация персонала рекламной организации  
Тема 2.8. Личность в системе управления  
Тема 2.9. Руководство: власть и лидерство в организации  
Тема 2.10. Управление конфликтами  
Тема 2.11. Реклама в бизнесе  
Тема 2.12. Средства распространения рекламы  
Тема 2.13. Управление рекламой  
Тема 2.14. Структура взаимоотношений рекламодателя-рекламного агента  
Тема 2.15. Стратегия рекламного менеджмента  
Тема 2.16. Организация рекламного процесса  
Тема 2.17. Рекламодатель как центральное звено рекламной деятельности  
Тема 2.18. Основные понятия брейдинга. Миссия фирмы. Управление брендом  
Тема 2.19. Сущность и основные элементы корпоративной культуры. Этапы формирования  
Тема 2.20. Отличительные черты международного рекламного менеджмента  
МДК.04.02 «Реклама и связи с общественностью в сфере применения»  
Тема 1.1. Управление процессом изготовления рекламного продукта и контроль качества  
Тема 1.2. Регистрация и защита авторских и смежных прав

**Учебная практика. Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта.**

Виды работ

Исследование ценовой политики производителей рекламного продукта, средств массовой информации и др.

Разработка плана-графика технического исполнения рекламного продукта.

Составление финансовой и договорной документации по разработке, изготовлению и размещению рекламного продукта.

Составление личного плана работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента.

Сбор информации для презентации коммерческого предложения. Разработка сценария и проведение презентации коммерческого предложения.

Согласование макета рекламного продукта с заказчиком, корректировка и устранение недостатков.

Составление договора авторского права.

Сбор и оформление документов для регистрации авторского права.

**Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.**

Виды работ

Планирование разработки и технического исполнения рекламного проекта.

Контролирование соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя.

Установление взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.

Подготовка и оформление документации для регистрации авторских прав.

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

**МДК.05.01 «Выполнение работ по профессии Агент рекламный»**

**Очная форма обучения**

Составитель аннотации Овчинникова М.С.

преподаватель кафедры реклама

**1. Область применения рабочей программы.**

Программа профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» – является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО специальности 42.02.01 «Реклама» квалификация специалист по рекламе

**2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком и производителем рекламы;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;

знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру организаций;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;

- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства.

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

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 285 часов;

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 190 часов;

самостоятельной работы обучающегося 95 часов.

### **4. Содержание обучения по профессиональному модулю**

МДК.05.01 «Выполнение работ по профессии Агент рекламный»

Тема 1.1. Основы организации рекламной деятельности

Тема 1.2. Основные этапы поиска клиента

Тема 1.3. Основные этапы в процессе привлечения клиента

Раздел 2. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком

Тема 2.1. Организация деятельности рекламного агентства

Тема 2.2. Правовое регулирование рекламной деятельности

Раздел 3. Ведение переговоров с заказчиками и производителями рекламы

Тема 3.1. Психологические особенности рекламного воздействия

Тема 3.2. Способы построения доверия и фокусировки внимания у заказчика

Тема 3.3. Презентация рекламного предложения

Тема 3.4. Техника работы с возражениями

Тема 3.5. Проведение телефонных переговоров

Тема 3.6. Стратегия переговоров о цене

Раздел 4. Использование офисной оргтехники, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа

Тема 4.1. Средства оргтехники, оснащение помещения офиса для рекламных агентств

Тема 4.2. Современные системы и средства связи

Тема 4.3. Средства копирования и оперативного размножения документов

Раздел 5. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя

Тема 5.1. Основы коммуникаций

Тема 5.2. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя

Раздел 6. Контактирование со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы

Тема 6.1. Изучение средств массовой информации и работа с ними по вопросам размещения рекламы

### **Учебная практика. Введение в профессию Агент рекламный.**

Виды работ

Ведение переговоров с заказчиком.

Поиск и привлечение клиентов, используя средства массовой информации.

Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.

Ведение переговоров с заказчиком.

Использование офисной оргтехники (телефон, факс).

Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.

Выполнение работ с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа.

Выполнение работ с использованием оперативной полиграфии и вычислительных средств в рекламной деятельности.

Выполнение работы в рекламных акциях в качестве исполнителя: осуществление личных продаж, публик рилейшнз.

Организация связи со средствами массовой информации.

**Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный.**

Виды работ

Исследование структуры, документации рекламного агентства.

Разработка и изготовление рекламной продукции.

Поиск потенциальных клиентов.

Изучение потребностей и возможностей клиента.

Отработка техники опроса клиента.

Презентация коммерческого предложения клиенту (по телефону, при встрече).

Работа с возражениями заказчика.

Заключение договора с заказчиком (с оформлением всех сопутствующих документов).

#### **Адаптация рабочих программ при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по учебным дисциплинам, предусмотренными федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 42.02.01 «Реклама» квалификация специалист по рекламе.

Определяются соответствующими рабочими программами учебных дисциплин, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся.

При этом содержание программ учебных дисциплин не изменяется.