Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Назарова Наталья Александровна
Должность: Директор
Дата подписания: 21.09.2026 14:26:54
Уникальный программный ключ:
35c9f28eb8b192773e50d6c1f32c7064a836c3de

Приложение 3. Рабочие программы учебных дисциплин, профессиональных модулей

СОДЕРЖАНИЕ

СГ.03. Безопасность жизнедеятельности
СГ.01. История России
СГ.04. Физическая культура
СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности
СГ.05. Основы бережливого производства
СГ.05 Основы финансовой грамотности
СГ.07. Экологические основы природопользования
СГ.09. Основы права
ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе
ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности
ОП.03 История экранных искусств
ОП.04 Рекламная деятельность
ОП.05. Русский язык и культура речи
ОП.06. Психология в рекламе
ОП.07. Копирайтинг
ОП.08. Визуальные коммуникации
ОП.09. Деловое общение
ОП.10 Брендинг
ОП.12. Основы предпринимательской деятельности
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПМ.05 Специалист по интернет маркетингу
ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СГ.03. Безопасность жизнедеятельности

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.03. БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ 4

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 9

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 19

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 21

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебная дисциплина СГ 03 Безопасность жизнедеятельности

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина СГ 03 «Безопасность жизнедеятельности» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла основной профессиональной образовательной программы на базе основного общего образования при подготовке специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по *специальности* 42.02.01. Реклама.

Изучается как социально-гуманитарная дисциплина.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения

Целью учебной дисциплины СГ 03. Безопасность жизнедеятельности является формирование компетенций, обеспечивающих повышение уровня защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз, организация и проведение мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций, профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций, профессиональных компетенций:

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

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

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

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

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

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учётом 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

В рамках программы учебной дисциплины СГ 03. Безопасность жизнедеятельности обучающимися формируются личностные (ЛР) результаты, метапредметные (МР) и предметные результаты базового (ПРб) уровня в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования.

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

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

Демонстрирующий сформированность патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству	**ЛР 13**
Проявляющий чувство уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, историческим символам и памятникам Отечества	**ЛР 14**
Демонстрирующий осознанная активная позиция по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны	**ЛР 15**
Проявляющий чувство бережного отношения к чужой уникальности, уважения к этнокультурным и религиозным правам человека	**ЛР 16**
Демонстрирующий сформированность эстетического мышления, художественного вкуса, способности решать с помощью искусства новые социальные задачи	**ЛР 17**
Проявляющий сформированность нравственного выбора общечеловеческих ценностей	**ЛР 18**
Проявляющий чувство интернационализма и уважения к национальному достоинству	**ЛР 19**
Демонстрирующий осознанный выбор профессионального развития, отношения к профессиональной деятельности как возможности участия в решении общественных и общенациональных задач	**ЛР 20**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)	
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	**ЛР 21**
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	**ЛР 22**
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	**ЛР 23**
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	**ЛР 24**

Метапредметные результаты (МР)	
МП.1.	Самостоятельно определять актуальные проблемные вопросы безопасности личности, общества и государства, обосновывать их приоритет и всесторонне анализировать, разрабатывать алгоритмы их возможного решения в различных ситуациях
МП.2.	Устанавливать существенный признак или основания для обобщения, сравнения и классификации событий и явлений в области безопасности жизнедеятельности, выявлять их закономерности и противоречия -
МП.3.	Определять цели деятельности, применительно к заданной (смоделированной) ситуации, выбирать способы их достижения с учётом самостоятельно выделенных критериев и парадигме безопасности жизнедеятельности, оценивать риски

	возможных последствий для реализации риск-ориентированного поведения
МП.4.	Моделировать объекты (события, явления) в области безопасности личности, общества и государства, анализировать их различные состояния для решения познавательных задач, переносить приобретенные знания в повседневную жизнь
МП.5.	Планировать и осуществлять учебные действия в условиях дефицита информации, необходимой для решения стоящей задачи
МП.6.	Владеть научной терминологией, ключевыми понятиями и методами в области безопасности жизнедеятельности
МП.7	Осуществлять различные виды деятельности по приобретению нового знания, его преобразованию и применению для решения различных учебных задач, в том числе при разработке и защите проектных работ
МП.8.	Анализировать содержание учебных вопросов и заданий и выдвигать новые идеи, самостоятельно выбирать оптимальный способ решения задач с учётом установленных (обоснованных) критериев
МП.9.	Раскрыть проблемные вопросы, отражающие несоответствие между реальным (заданным) и наиболее благоприятным состоянием объекта (явления) в повседневной жизни
МП.10.	Критически оценивать полученные в ходе решения учебных задач результаты, обосновывать предложения по их корректировке в новых условиях
МП.11.	Характеризовать приобретенные знания и навыки, оценивать возможность их реализации в реальных условиях
МП.12.	Использовать знания других предметных областей для решения учебных задач в области безопасности жизнедеятельности; переносить приобретенные знания и навыки в повседневную жизнь
МП.13.	Владеть навыками самостоятельного поиска, сбора, обобщения и анализа различных видов информации из источников разных типов при обеспечении условий информационной безопасности личности
МП.14.	Создавать информационные блоки в различных форматах с учётом характера решаемой учебной задачи; самостоятельно выбирать оптимальную форму их представления
МП.15.	Оценивать достоверность, легитимность информации, её соответствие правовым и морально-этическим нормам
МП.16.	Владеть навыками по предотвращению рисков, профилактике угроз и защите от опасностей цифровой среды
МП.17.	Использовать средства информационных и коммуникативных технологий в учебном процессе с соблюдением требований эргономики, техники безопасности и гигиены
МП.18.	Осуществлять в ходе образовательной деятельности безопасную коммуникацию, переносить принципы её организации в повседневной жизни
МП.19.	Распознавать вербальные и невербальные средства общения; понимать значение социальных знаков; определять признаки деструктивного общения
МП.20.	Владеть приемами безопасного межличностного и группового общения; безопасно действовать по избеганию конфликтных ситуаций

МП.21.	Аргументированно, логично и ясно излагать свою точку зрения с использованием языковых средств
МП.22.	Ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях
МП.23.	Самостоятельно выявлять проблемные вопросы, выбирать оптимальный способ и составлять план их решения в конкретных условиях
МП.24.	Делать осознанный выбор в новой ситуации, аргументировать его; брать ответственность за своё решение
МП.25.	Оценивать приобретенный опыт
МП.26.	Расширять познания в области безопасности жизнедеятельности на основе личных предпочтений и за счёт привлечения научно-практических знаний других предметных областей; повышать образовательный и культурный уровень
МП.27.	Оценивать образовательные ситуации; предвидеть трудности, которые могут возникать при их разрешении; вносить коррективы в свою деятельность; контролировать соответствие результатов целям
МП.28.	Использовать приёмы рефлексии для анализа и оценки образовательной ситуации, выбора оптимального решения
МП.29.	Понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы в конкретной учебной ситуации
МП.30.	Ставить цели и организовывать совместную деятельность с учётом общих интересов, мнений и возможностей каждого участника команды (составлять план, распределять роли, принимать правила учебного взаимодействия, обсуждать процесс и результат совместной работы, договариваться о результатах)
МП.31.	Оценивать свой вклад и вклад каждого участника команды в общий результат по совместно разработанным критериям
МП.32.	Осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях; предлагать новые идеи, оценивать их с позиции новизны и практической значимости; проявлять творчество и разумную инициативу
	Предметные результаты (ПРб)
ПРб 01	Организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций
ПРб 02	Предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту
ПРб 03	Использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения
ПРб 04	Применять первичные средства пожаротушения
ПРб 05	Ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей (ВУС) и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности
ПРб 06	Применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью

ПРб 07	Владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы
ПРб 08	Оказывать первую помощь пострадавшим
ПРб 09	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
ПРб 10	Знать основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации
ПРб 11	Знать основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации
ПРб 12	Знать основы военной службы и обороны государства
ПРб 13	Знать задачи и основные мероприятия гражданской обороны; способы защиты населения от оружия массового поражения
ПРб 14	Знать меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах
ПРб 15	Знать организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;
ПРб 16	Знать основные виды вооружения военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности (ВУС), родственные специальности, получаемы в образовательной организации;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Объем образовательной программы дисциплины	**68**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**68**
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	**58**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**58**
1. Основное содержание	**55**
Теоретическое обучение	**38**
Практические занятия	**17**
Из них:	**-**
практическая подготовка	**-**
2. Профессионально ориентированное содержание (содержание прикладного модуля)	**3**
лекционное занятие	
практические занятия	**3**
Из них:	**-**
практическая подготовка	**-**
индивидуальный проект *(да/нет)***	**-**
Самостоятельная работа обучающегося (всего) (если она предусмотрена)	**10**
Промежуточная аттестация в форме *(дифференцированного зачёта)*	

2.2. Тематическое планирование и содержание учебной дисциплины СГ. 03. Основы безопасности жизнедеятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1. Введение. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС).	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Лекционное занятие № 1. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС) ФЗ «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» основными задачами РСЧС Организационная структура РСЧС (территориальные и функциональные подсистемы), основные задачи	4	
Тема 2. Организация гражданской обороны	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Лекционное занятие № 2. Гражданская оборона, как составляющая часть РСЧС- задачи, состав, силы и средства, опыт работы в ЧС. Мероприятия гражданской обороны. Защита населения и территорий при стихийных бедствиях, при авариях (катастрофах) на транспорте, при авариях (катастрофах) на производственных объектах. Использование средств индивидуальной защиты. ЗОМП (защита от оружия массового поражения). Виды ядерного оружия и поражающие элементы. Химическая защита. Противогазы. Химические комплекты.	4	
Тема 3. Организация гражданской обороны на объектах Гражданской Авиации.	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Лекционное занятие № 3. Назначение объектов системы оповещения Средства оповещения. Действия рабочих и служащих по сигналам ГО .	4	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
Тема 4. Нормативно - правовая база безопасности жизнедеятельности .	**Содержание учебного материала**	**6**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб16
	Лекционное занятие № 4. Правовые основы организации защиты населения РФ от ЧС. Федеральные законы «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера», «О пожарной безопасности», «О радиационной безопасности населения».	4	
	Практическое занятие № 1. Составление схемы «Реагирование системы РСЧС на сигнал о ЧС».	2	
Тема 5. Чрезвычайные ситуации (ЧС) природного, техногенного и военного характера, их классификация и последствия	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб16
	Лекционное занятие № 5. Просмотр учебного фильма и составление характеристики ЧС природного и техногенного характер. Основные способы пожаротушения и различные виды огнегасящих веществ.	4	
Тема 6. Производственная безопасность	**Содержание учебного материала**	**6**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Лекционное занятие № 6. Причины опасных ситуаций и производственных травм. Микроклимат производственных участков. Влияние на организм человека химический веществ, магнитных полей, электромагнитных излучений, инфракрасных и лазерных излучений	4	
	Определение освещённости и пульсаций в помещениях. Определение коэффициента естественной освещённости.	2	
	Практическое занятие № 2. Определение параметров воздуха жилых (общественных) помещений и выбора средств очистки		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
Тема 7. Экстремизм, терроризм, криминальные действия– чрезвычайные опасности для общества, государства и личности	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Лекционное занятие № 7. Понятия «экстремизм», «терроризм», «криминальные действия», их положение в правовом поле РФ. Международный терроризм. Проявление терроризма в России. Особенности транспортного терроризма Отработка норматива по надеванию средств индивидуальной защиты. Тренировочная эвакуация. Просмотр учебного фильма и выполнение групповых заданий.	4	
Тема 8. Терроризм на воздушном транспорте.	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Лекционное занятие № 8. Захваты и угоны ВС. Федеральная система обеспечения защиты деятельности гражданской авиации от актов незаконного вмешательства. Меры безопасности на воздушном транспорте. Охрана авиапредприятий. Предполетный контроль пассажиров и грузов. Меры по усилению безопасности по стандартам ИКАО.	4	
Тема 9. Информационная безопасность на воздушном транспорте	**Содержание учебного материала**	**6**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Лекционное занятие № 9. Понятие кибербезопасность для БРЭО БЛА (как совокупность условий при которых всесоставляющие и форм ационно-управляющей среды и процессы, протекающие в ней, защищены от максимально возможного числа угроз и воздействий с нежелательными последствиями. Средства контроля пассажиров. Кибер- терроризм. Угрозы кибербезопасности для БЛО (беспилотного летательного аппарата).	6	
	Содержание учебного материала	**2**	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
Тема 10. Основы военной безопасности Российской Федерации. Основы обороны государства	**Практическое занятие № 3.** Нормативно – правовая база обеспечения военной безопасности РФ, функционирование ее в Вооруженных Силах РФ, обеспечение безопасности военной службы граждан. Составить таблицу: «Структура современных ВС РФ», «Характеристика видов и родов войск ВС РФ». Просмотр учебного фильма «Вооруженные Силы РФ», выполнение заданий.	2	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
Тема 11. Организационные и правовые основы военной службы в РФ	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Практическое занятие № 4. Военная служба- особый вид государственной службы. Положения Федерального Закона РФ «О воинской обязанности и военной службе». Воинские должности и звания военнослужащих. Устав внутренней службы ВС РФ, Устав гарнизонной ,комендантской и караульной службы ВС РФ, Дисциплинарный устав ВС РФ, Строевой устав ВС РФ. Военная присяга. Старшие и младшие. Начальники и подчиненные. Поощрения и наказания. Обязанности солдата (матроса)	4	
Прикладной модуль		**20**	
Профессионально- ориентированное содержание		**20**	
Модуль «Основы военной службы» (для юношей)		**20**	
Тема 12. Основы безопасности военной службы. Морально – психологическая и патриотическ	**Содержание учебного материала**	**6**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Практическое занятие № 5. Нормативно –правовая база обеспечения военной безопасности РФ, функционирование ее в Вооруженных Силах РФ, обеспечение безопасности военной службы граждан.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся № 1. Меры безопасности при проведении учебного сбора. Организация морально-	1	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
ая подготовка	психологической и патриотической подготовки в ВС РФ. Формы и методы подготовки военнослужащих. Боевая подготовка. Политическая подготовка. Воспитательная работа. **Самостоятельная работа обучающихся № 2.** Воинская дисциплина. Внутренний наряд. Внутренний порядок. Должностные воинские звания рядового, сержантского и старшинского состава.	1	
Тема 13. Физическая подготовка	**Содержание учебного материала**	**3**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Самостоятельная работа обучающихся № 3.: Нормативы по физической подготовке. Меры безопасности при выполнении упражнений, разминка; бег-100м; метание гранаты; бег 3000м. **Самостоятельная работа обучающихся № 4.** Подтягивание на перекладине; челночный бег; силовое упражнение наклоны лежа. **Самостоятельная работа обучающихся № 5.** Метание гранаты; бег 3000м	1 1 1	
Тема 14. Строевая подготовка	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Самостоятельная работа обучающихся № 6. Одиночная подготовка. **Самостоятельная работа обучающихся № 7.** Организация и проведение стрельб из стрелкового оружия. Меры безопасности при проведении стрельб. Выполнение прицеливания и стрельбы из стрелкового оружия. Выполнение стрельб (тир)	1 1	
Тема 15. Психологическая подготовка молодёжи к межличностным взаимоотношениям в	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Самостоятельная работа обучающихся № 8. Тестирование (диагностика межличностных и межгрупповых отношений. **Самостоятельная работа обучающихся №9. Строевая подготовка.**	1 1	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
воинском коллективе			
Тема 16. Медико-санитарная подготовка	**Содержание учебного материала**	**7**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Самостоятельная работа обучающихся №10 Оказание первой медицинской помощи при пулевом ранении, штыковом и ножевом ранении, отравлении химическими веществами, потере сознания, повреждении опорно-двигательного аппарата.	1	
	Первая помощь при различных повреждениях и состояниях организма. Транспортирование пострадавших при различных повреждениях**.** **Практическое занятие № 6.** Правовые основы оказания первой медицинской помощи. Ситуации, при которых человек нуждается в оказании первой медицинской помощи Общая характеристика поражений организма человека от воздействия опасных факторов. Общие правила и порядок оказания первой медицинской помощи. **Дифференцированный зачёт.**	6	
Прикладной модуль		**20**	
Профессионально- ориентированное содержание		**20**	
Основы медицинских знаний (для девушек)		**20**	
Тема 12. Введение в микробиологию, иммунологию и эпидемиологию	**Содержание учебного материала**	**8**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Практическое занятие № 8. 1. Определение содержания наук микробиологии, иммунологии, эпидемиологии. История развития микробиологии. Естественный микробный фон кожи. Патогенные микроорганизмы. Бессимптомная латентная инфекция. Инфекционные заболевания и бациллоносительство. Периоды протекания инфекционных заболеваний. 2. Определение понятия «иммунитет». Виды и подвиды иммунитета. Антигены и антитела. Формы приобретенного иммунитета. Иммунитет и восприимчивость к	4	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
	инфекционным заболеваниям. Методы иммунопрофилактики 3. Общие принципы профилактики инфекционных заболеваний. Дезинфекция, ее виды и способы. Дезинсекция, ее виды и способы. Дератизация, ее виды и способы. **Самостоятельная работа обучающихся № 1.** Иммунитет и методы иммунопрофилактики. **Самостоятельная работа обучающихся № 2**. Правила проведения плановых мероприятий по дезинфекции, дезинсекции и дератизации	2 2	
Тема 13. Оказание первой (доврачебной) помощи при неотложных состояниях и травматизме	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Самостоятельная работа обучающихся № 3. 1. Понятие о неотложных состояниях, причины и факторы их вызывающие. Оказание первой доврачебной помощи при неотложных состояниях: ожогах, электротравмах, поражении молнией, отморожении, тепловом ударе, утоплении, отравлении, инсульте, мигрени. Методы доврачебной реанимации 2. Проблема травматизма. Понятие травмы. Виды травматических повреждений. Меры профилактики травматизма. Оказание первой (доврачебной) помощи при травмах.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 4. Тренинг умений оказания первой (доврачебной) помощи при неотложных состояниях.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся № 5. Тренинг умений оказания первой (доврачебной) помощи при травматизме	1	
Тема 14. Обеспечение здорового образа жизни	**Содержание учебного материала**	**8**	ЛР 1-ЛР12 МП1-МП32 ПРб01-ПРб03 ПРб06-ПРб16
	Самостоятельная работа обучающихся № 6. 1. Здоровье и его основные показатели. Факторы формирования здоровья. Здоровый образ жизни и его составляющие 2. Медико-гигиенические аспекты здорового образа жизни. Двигательная активность и	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
	здоровье. Питание и здоровье. Факторы риска для здоровья. Вредные привычки и их профилактика. **Практическое занятие № 9**. Оценка физического состояния. Составление индивидуальных карт здоровья с режимом дня, графиком питания. **Дифференцированный зачёт.**	6	
Всего		**68**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должно быть предусмотрено следующие специальное помещение кабинет «Основы безопасности жизнедеятельности». Помещение кабинета соответствует требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178-02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Оборудование учебного кабинета оснащено следующим оборудованием:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места для обучающихся (столы и стулья по количеству обучающихся);
- доска;
- комплект учебно-наглядных пособий (учебные таблицы, плакаты, стенды, схемы);
- шкафы для хранения комплексного методического обеспечения.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- проектор с экраном;
- мультимедийный проектор;
- комплект электронных видеоматериалов;
- задания для проверочных работ;
- библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

Учебно-программная документация (личная папка преподавателя): УМК: примерная учебная программа, рабочая учебная программа**,** календарно-тематический план, ФОС, и пр.

Методические материалы: учебно-методические рекомендации для студентов по самостоятельной работе, контрольно-оценочные средства, методические разработки, дидактические пособия и пр.

Документация и материалы хранятся в бумажном и (или) электронном виде.

3.2.1. Основные издания:

1. Ким С.В.,Горский В.А. Основы безопасности жизнедеятельности. 10-11 классы. Электронная форма учебника. Учебник. АО "Издательство "Просвещение". 2022. https://media.prosv.ru/media/original_images/cover-117-0031-01.jpg

3.2.2. Дополнительные издания:

1. Электронные ресурсы издательства «Юрайт» www.biblio-online.ru
2. Электронная библиотечная система «Лань» http://e.lanbook.com

3.2.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

3. Официальный сайт Министерства транспорта РФ http://www.mintrans.ru/
4. Безопасность жизнедеятельности Практикум. Учебное пособие для среднего профессионального образования Я.Д. Вишняков –Москва, издательство Юрайт 2019 г текст электронный // ЭБС Юрайт (сайт)
5. www.edu.ru –портал Российское образование

6. http://www.school-obz.org/topics/bzd/bzd.html
7. http://www.bibliofond.ru/view.aspx/id=51408
8. http://www.vevivi.ru/best/Diagnostika-opasnostei-i-ugroz-ref1961.html

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– 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 в быту, принципы снижения вероятности их реализации; – основы военной службы и оборо-ны государства; – задачи и основные мероприятия гражданской обороны; – способы защиты населения от оружия массового поражения; – меры пожарной безопасности и правила поведения при пожарах; – организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступление 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 полученных профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы; – порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.	– демонстрирует знания нормативных документов в своей профессиональной деятельности; – демонстрирует готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов, в том числе в условиях противодействия терроризму; – владеет информацией об государственных системах защиты национальной безопасности России; – дает характеристику различным видам потенциальных опасностей и перечислять их последствия; – демонстрирует знания основ военной службы обороны государства; – формулирует задачи и основные мероприятия ГО, перечислять способы защиты населения от ОМП; – демонстрирует знания эффективных превентивных мер для предотвращения пожароопасных ситуаций; – умеет определять пожаро- и взрывоопасность различных материалов; – владеет знаниями об организации и порядке призыва граждан на военную службу; – ориентируется в видах вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО.	Оценка решений ситуационных задач; Тестирование; Устный опрос; Практические занятия; Ролевые игры; Выполнение докладов и рефератов
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций; – предпринимать	– способен разработать алгоритм действий организовать и провести мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий ЧС; – владеет мерами по	Наблюдение в процессе практических занятий;

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и в 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.	снижению опасностей различного вида; – демонстрирует умения использовать средства индивидуальной защиты и оценивает правильность их применения; – отличает виды вооруженных сил, ориентируется в перечне военно-учетных специальностей; – демонстрирует владение особенностями бесконфликтного поведения в повседневной деятельности, в условиях ЧС мирного и военного времен; – демонстрирует умения пользоваться первичными средствами пожаротушения и оценивает правильность их применения; – демонстрирует умения оказывать первую помощь пострадавшим; – в правильной последовательности осуществляет манипуляции по оказанию первой помощи.	Оценка решений ситуационных задач; Экспертная оценка аудиторной и внеаудиторной работы; Дифференцированный зачет

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.01. История России
Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

5.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.01. ИСТОРИЯ РОССИИ	4
6.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
7.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15
8.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ИСТОРИЯ РОССИИ

Учебная дисциплина СГ 01. История России.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина СГ 01. История России является обязательной частью социально-гуманитарного цикла основной профессиональной образовательной программы на базе среднего общего образования при подготовке специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Изучается как социально-гуманитарная дисциплина.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 02, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
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	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

	процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	
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 06	описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения	сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах***
Объем образовательной программы дисциплины	**62**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**62**
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	**60**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**60**
1. Основное содержание	**60**
Лекционное занятие	**30**
Практические занятия	**30**
Из них:	**-**
практическая подготовка	**-**
2. Профессионально ориентированное содержание (содержание прикладного модуля)	
теоретическое обучение	
практические занятия	
Из них:	**-**
практическая подготовка	**-**
индивидуальный проект *(да/нет)***	**-**
Самостоятельная работа обучающегося (всего) (если она предусмотрена)	**2**
Зачёт с оценкой	

2.2. Тематическое планирование и содержание учебной дисциплины
СГ 01. История России

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*
РАЗДЕЛ 1. ИСТОРИЯ РОССИИ В СИСТЕМЕ МИРОВОЙ ИСТОРИИ		**6/2**	
Тема 1.1. Отечественная история в системе научных дисциплин	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06 ОК 09
	1. Сущность, формы, функции исторического знания. Методы и источники изучения истории. Понятие и классификация исторического источника. Отечественная историография в прошлом и настоящем: общее и особенное. Методология и теория исторической науки. Периодизации Отечественной истории. Спорные вопросы в курсе Отечественной истории. Место и роль истории в системе общественных дисциплин. История России - неотъемлемая часть всемирной истории. Античное наследие в эпоху Великого переселения народов. Проблема этногенеза восточных славян	2	
	2. Основные этапы исторического развития человеческого общества и основные их черты, периоды в истории России и их специфика, основные исторические подходы и концепции к изучаемой дисциплине	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**2**	
	Практическое занятие № 1. Выделить задачи и функции истории	2	
РАЗДЕЛ 2. ЭПОХА ДРЕВНЕЙ РУСИ. (IX – XIV ВВ.)		**6/2**	
Тема 2.1. Эпоха Древней Руси IX – XIV	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06
	1. Античное наследие в эпоху Великого переселения народов. Проблема этногенеза восточных славян. Древние	2	

	авторы о быте и нравах восточных славян. Повесть временных лет как основной исторический источник по древнейшей истории Руси. Основные этапы становления государственности. Образование древнерусского государства: спорные вопросы. Норманнская теория и антинорманизм. Варяжские походы на Византию и договоры с греками. Княжение Игоря, св. Ольги и Святослава. Владимир и его реформы. Крещения Руси и его значение. Древняя Русь и кочевники. Византийско-древнерусские связи. Особенности социального строя Древней Руси. Этнокультурные и социально-политические процессы становления русской государственности Деятельность Ярослава Мудрого. Русская Правда. Русь в эпоху политической раздробленности. Причины и последствия междоусобицы. Борьба с половцами. Владимир Мономах. Борьба с шведско-немецкой интервенцией. Деятельность Александра Невского. Монголо-татарское иго и борьба с ним. Куликовская битва и ее историческое значение. Русь и Орда: проблемы взаимовлияния. Россия и средневековые государства Европы, и Азии.		ОК 09
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**2**	
	Практическое занятие № 2. Сравнение развития Руси и Западной Европы в XI – XIII в.	2	
РАЗДЕЛ 3. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВА XV – XVI ВВ.		**8/4**	
Тема 3.1. Московское государство: основные вехи исторического пути	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06 ОК 09
	1. Специфика формирования единого российского государства. Борьба Москвы с Тверью за великое княжение. Причины и последствия усиление Московского княжества. Иван Калита. Правления Ивана III. Судебник 1496 и начало закрепощения крестьян, зарождение сословно-представительной монархии.	2	

	Формирование идеологии «Москва-третий Рим». Политическая и духовная жизнь России в конце XV – конце XVI в. Внутренняя политика Ивана Грозного и основные реформы. Опричнина и ее последствия. Внешняя политика Московского государства во времена Ивана Грозного.		
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**4**	
	Практическое занятие № 3. Заполнение таблицы «Реформы в эпоху Ивана Грозного» (название реформы, время проведения, основные мероприятия, цель реформы, итоги)	2	
	Практическое занятие № 4. Составление таблицы о внешней политики России при Иване Грозном (даты, главные внешнеполитические события)	2	
РАЗДЕЛ 4. РОССИЙСКОЕ ГОСУДАРСТВО В ЭПОХУ НОВОГО ВРЕМЕНИ		**6/4**	
Тема 4.1. Российское государство в эпоху Нового времени	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06 ОК 09
	1. Период Нового времени в истории России и его критерии: основные подходы. Политическая жизнь России в начале XVII. Усиление закрепощения крестьян. Духовная и политическая жизнь России в Смутное время. Истоки и сущность русского самозванства. Причины, этапы и последствия Смуты. Земский Собор и формирование новой династии. Внешняя и внутренняя политика России в XVII в. Церковный раскол и его последствия. Формирование сословной системы организации общества. Реформы Петра 1. и их последствия. Предпосылки и особенности складывания российского абсолютизма. Дискуссии о генезисе самодержавия. Северная война. Формирование Российской империи. Основные направления внешней политики в первой половине XVIII в. Борьба за власть между различными	2	

	группировками после смерти Петра I Царствование Петра II. Кондиции 1730 г. Бироновщина. Дворцовые перевороты средины века. Правление Елизаветы Петровны		
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**4**	
	Практическое занятие № 5. Заполнение таблицы «Реформы эпохи Петра I» (название реформы, время проведения, основные мероприятия, цель реформы, итоги)	4	
РАЗДЕЛ 5. РОССИЯ В ПЕРИОД ПРОСВЕЩЕННОГО АБСОЛЮТИЗМА		**6/1**	
Тема 5.1. Россия в эпоху Просвещенного абсолютизма.	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06 ОК 09
	1. Социально-политическое развитие России в екатерининское время. Политика Просвещенного абсолютизма: суть, цели, основные направления. Екатерининские реформы и их последствия. Формирование и развитие движения русских просветителей. Влияние Великой Французской революции на общественную мысль России к XVIII в. Причины и основные этапы Крестьянской войны 1773 – 1775 гг. Основные направления внешней политики России в эпоху Екатерины II. Присоединение Кубани и Крыма. Политика Российской империи на С. Кавказе. Внутренняя и внешняя политика России при Павле I. (1796-1801 г.)	2	
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**2**	
	Практическое занятие № 6. Заполнение таблицы «Внешняя политика России в XVIII в.» (даты, основные внешнеполитические события, участники, итоги)	2	

РАЗДЕЛ 6. СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В.		**6/4**	
Тема 6.1. Социально-политическое и экономическое развитие Российской империи в первой половине XIX в.	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06 ОК 09
	1. Особенности экономического развития России в дореформенный период. Реформы Александра I. Эволюция форм собственности на землю. Крепостное право в России. Мануфактурно-промышленное производство. Становление индустриального общества в России: общее и особенное. Отечественная война 1812 г. в отечественной и западной историографии. Причины, суть, последствия восстания декабристов. Правление Николая I.: внутренняя и внешняя политика. Общественная мысль и особенности общественного движения России XIX в. Реформы и реформаторы в России. Русская культура X1X века и ее вклад в мировую культуру	2	
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	4	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**4**	
	Практическое занятие № 7. Составление сравнительного анализа реформ Александра I и Александра II.	4	
РАЗДЕЛ 7. РОССИЙСКАЯ ИМПЕРИЯ В ЭПОХУ БУРЖУАЗНЫХ РЕФОРМ И КОНТРРЕФОРМ XIX В.		**6\4**	
Тема 7.1. Россия в эпоху буржуазных реформ (2 половина XIX в.)	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06 ОК 09
	1. Политическое и социальное развитие России накануне Крымской войне. Крымская война и ее последствия. Причины буржуазных реформ. Основные положения реформы 19 февраля 1861 г. Земская реформа (1864 г.) Судебная реформа (1864 г.) Реформа городского самоуправления (1870 г.) Ликвидация рекрутчины и введение всеобщей воинской повинности (1874 г.) Университетские и академические (духовных школ) уставы. Итоги либеральных реформ 60-70-х гг. XIX в и их недостатки.	2	

	Формирование народнического движения. Контрреформы Александра III		
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**4**	
	Практическое занятие № 8. Заполните Таблицу «Буржуазные реформы второй половины XIX в» (название реформы, время проведения, основные мероприятия, цель реформы, итоги)	4	
РАЗДЕЛ 8. РОССИЙСКАЯ ИМПЕРИЯ В ЭПОХУ ИМПЕРИАЛИЗМА И РУССКИХ РЕВОЛЮЦИЙ		**6/4**	
Тема 8.1. Российская империя в эпоху империализма и русских революций	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06 ОК 09
	1. Политическая и экономическая жизнь России в конце XIX в. Общероссийская перепись 1897 г. как исторический источник. Формирование пролетариата и развитие рабочего класса. Распространение марксизма в России. С.Ю. Витте и начало хозяйственной модернизации. Место России в мировом сообществе. Русско-японская война итоги и последствия. Причины первой русской революции 1905-1907 гг. Образование политических партий. Манифест 17 октября 1905 г. Первая и вторая государственные думы. Реформы П.А. Столыпина. Третья и четвертая государственная дума. Первая мировая война. Февральская революция	2	
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**4**	
	Практическое занятие № 9. Сравнительный анализ Февральской и Октябрьской революций (дата, цель, движущая сила, участвующие партии, итоги)	4	
РАЗДЕЛ 9. СОВЕТСКИЙ И СОВРЕМЕННЫЙ ПЕРИОД В ИСТОРИИ РОССИИ		**10/4**	

Тема 9.1. Советский и современный период в истории России.	**Содержание учебного материала**	**6**	ОК 02, ОК 03 ОК 05, ОК 06 ОК 09
	1. Причины и последствия событий 25 октября 1917 г. Первые декреты Советской власти. Гражданская война и интервенция, их результаты и последствия. Российская эмиграция. Социально-экономическое развитие страны в 20-е гг. НЭП. Формирование однопартийного политического режима. Образование СССР. Культурная жизнь страны в 20-е гг. Внешняя политика. Курс на строительство социализма в одной стране и его последствия. Социально-экономические преобразования в 30-е гг. Усиление режима личной власти Сталина. Сопротивление сталинизму. СССР накануне и в начальный период второй мировой войны. Великая Отечественная война. Социально-экономическое развитие, общественно-политическая жизнь, культура, внешняя политика СССР в послевоенные годы. Холодная война. Попытки осуществления политических и экономических реформ. НТР и ее влияние на ход общественного развития. СССР в середине 60-80-х гг.: нарастание кризисных явлений. Советский Союз в 1985-1991 гг. Постсоветский период в истории России. Перестройка. Попытка государственного переворота 1991 г. и ее провал. Распад СССР. Беловежские соглашения. Октябрьские события 1993 г. Становление новой российской государственности (1993-1999 гг.). Россия на пути радикальной социальноэкономической модернизации. Культура в современной России. Внешнеполитическая деятельность в условиях новой геополитической ситуации. Россия в условиях современной модернизации	4	
	2. Знаковые исторические события и их влияние на исторический процесс, хронологический ряд по изучаемому курсу, исторических деятелей, сыгравших важную роль в истории	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	**4**	
	Практическое занятие № 10. Февральская и Октябрьская революция: сравнительный анализ. Сравнение целей и задач красного и белого движения. Почему большевикам	4	

	удалось победить в гражданской войне		
	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	2	
	Всего:	**62/30**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должно быть предусмотрено следующие специальное помещение кабинет «Социально-экономических дисциплин». Помещение кабинета соответствует требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178-02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Оборудование учебного кабинета оснащено следующим оборудованием:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места для обучающихся (столы и стулья по количеству обучающихся);
- доска;
- комплект учебно-наглядных пособий (учебные таблицы, исторические карты, плакаты, портреты выдающихся исторических личностей, атласы);
- шкафы для хранения комплексного методического обеспечения.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- проектор с экраном;
- мультимедийный проектор;
- комплект электронных видеоматериалов;
- задания для проверочных работ.

Залы:

- Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

Учебно-программная документация (личная папка преподавателя): УМК: примерная учебная программа, рабочая учебная программа**,** календарно-тематический план, ФОС, и пр.

Методические материалы: учебно-методические рекомендации для студентов по самостоятельной работе, контрольно-оценочные средства, методические разработки, дидактические пособия и пр.

Документация и материалы хранятся в бумажном и (или) электронном виде.

3.2.1. Основные издания:

1. Волобуев О.В.,Карпачев С.П.,Клоков В.А. История России. 10 класс. Электронная форма учебника. Учебник АО "Издательство "Просвещение"2022. https://media.prosv.ru/media/original_images/cover-209-0130-01.jpg

2. Волобуев О.В.,Андреев И.Л.,Ляшенко Л.М. и др.История России. 11 класс. Начало XX – начало XXI века. В 2 частях. Часть 1. (углубленный). Электронная форма учебника. Учебник АО "Издательство "Просвещение"2022. https://media.prosv.ru/media/original_images/cover-209-0133-01.jpg

3. Волобуев О.В.,Андреев И.Л.,Ляшенко Л.М. и др.История России. 11 класс. В 2 частях. Часть 2. (углубленный). Электронная форма учебника. Учебник АО "Издательство "Просвещение"2022. https://media.prosv.ru/media/original_images/cover-209-0134-01.jpg

3.2.2. Дополнительные издания

1. Волошина, В.Ю. История России. 1917-1993 годы: учебное пособие для среднего профессионального образования / В.Ю. Волошина, А.Г. Быкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 242 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-05792-8. – Текст: непосредственный.

2. История России. XX – начало XXI века: учебник для среднего профессионального образования / Л.И. Семенникова [и др.]; под редакцией Л.И. Семенниковой. – 7-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2020. – 328 с. - (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-09384. – Текст: непосредственный.

3. История: учебное пособие / П.С. Самыгин, С.И. Самыгин, В.Н. Шевелев, Е.В. Шевелева. –

Москва: ИНФРА-М, 2020. – 528 с. – (Среднее профессиональное образование). – ISBN 978-5-16-102693-9. – Текст: непосредственный.

4. Касьянов, В.В. История России: учебное пособие для среднего профессионального образования / В.В. Касьянов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 255 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534- 09549-4. – Текст: непосредственный.

5. Кириллов, В.В. История России: учебник для среднего профессионального образования / В.В. Кириллов, М.А. Бравина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 565 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534- 08560-0. – Текст: непосредственный.

6. Князев, Е.А. История России XX век: учебник для среднего профессионального образования / Е.А. Князев. – Москва: Юрайт, 2021. – 234 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13336-3. – Текст: непосредственный.

7. Крамаренко, Р.А. История России: учебное пособие для среднего профессионального образования / Р.А. Крамаренко. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 197 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534- 09199-1. – Текст: непосредственный.

8. Мокроусова, Л.Г. История России: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л.Г. Мокроусова, А. Н. Павлова. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 128 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-08376-7. – Текст: непосредственный.

9. Некрасова, М.Б. История России: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М.Б. Некрасова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2020. – 363 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-05027-1. – Текст: непосредственный.

3.2.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Зуев, М. Н. История России XX - начала XXI века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 299 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5- 534-01245-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491562 .

2. 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, 2020. — 311 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13853-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/467055 .

3. Сафонов, А. А. История (конец XX — начало XXI века) : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. —— 245 с. – (Профессиональное образование). — ISBN 978-5- 534-12892-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496927 .

4. История России с древнейших времен до наших дней : учебное пособие / А. Х. Даудов, А. Ю. Дворниченко, Ю. В. Кривошеев [и др.] ; под. ред. А. Х. Даудов. - СПб : Изд- во С.-Петерб. ун-та, 2019. - 368 с. - ISBN 978-5-288-05973-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1081437

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– основные периоды истории Российского государства, ключевые социально-экономические процессы, а также даты важнейших событий отечественной истории; – имена героев и исторических личностей, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России в разные века; – ключевые события, основные даты и этапы истории России и мира в разные века; – выдающихся деятелей отечественной и всемирной истории; – важнейших достижений культуры, ценностных ориентиров; – основных направлений развития ключевых регионов мира на рубеже разных веков; – основные этапы эволюции внешней политики России, роль и место России в общемировом пространстве; – основные тенденции и явления в культуре; роль науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций; – сущности и причин локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в X – XXI вв; – основных процессов (интеграционных, поликультурных, миграционных и иных) политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира; – назначения ООН, НАТО, ЕС и других международных организаций, основных направлений их деятельности; – содержания и назначения важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.	– демонстрирует системные знания мировых процессов на рубеже разных веков; – ориентируется в причинах политических конфликтов на государственном, региональном и локальном уровнях; – объясняет основные политические процессы изучаемых периодов; – перечисляет основные функции мировых общественных организаций; – ориентируется в религиозных течениях; – рассуждает о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций; – имеет представление об инновациях, уровне развития техники и технологий в современной России и за рубежом.	Экспертное наблюдение за выступлениями с рефератами; Ответы на вопросы; Контрольная работа; Экзамен
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире; – выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических,	– свободно ориентируется в истории изучаемого периода; – верно охарактеризовывает программу и деятельности того или иного политического деятеля указанного периода;	Экспертное наблюдение за выступлениями с рефератами; Ответы на вопросы;

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
политических и культурных проблем; – отражать понимание России в мировых политических и социально-экономических процессах, знание достижений страны и ее народа; – умениехарактеризовать историческоезначение ключевых событий в истории России в X – XXI веке,решающую роль СССР в победе наднацизмом, значение советских научно-технологических успехов, освоения космоса; возрождения Российской Федерации как мировой державы,воссоединения Крыма с Россией, других важнейших событий XX – начала XXI века; – анализировать текстовые, визуальные источники исторической информации, в том числе исторические карты/схемы, по истории России и зарубежных стран разных веков; сопоставлять информацию, представленную в различных источниках; – формализовать историческую информацию в виде таблиц, схем, графиков, диаграмм; – защищать историческую правду, не допускать умаления подвига народа при защите Отечества, готовность давать отпор фальсификациям российской истории; – составлять описание (реконструкцию) в устной и письменной форме исторических событий, явлений, процессов истории родного края, истории России и всемирной истории X - XXI века и их участников, образа жизни людей и его изменения в разные исторические эпохи; – формулировать и обосновывать собственную точку зрения (версию, оценку) с опорой на фактический материал, в том числе используя источники разных типов; – выявлять существенные черты исторических событий, явлений, процессов; систематизировать историческую информацию в соответствии с заданными критериями; сравнивать изученные исторические события, явления, процессы; – осуществлять с соблюдением правил информационной безопасности	– самостоятельно, логично и аргументированно может выдвигать и защищать свою точку зрения по важнейшим проблемам изучаемого исторического периода и современности в рефератах и дискуссиях; – успешно может применять свои знания по курсу «История» в повседневной и профессиональной деятельности; – способен к анализу влияния событий истории и современности на свою профессию и сферу частной жизни.	Контрольная работа; Экзамен

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
поиск исторической информации по истории России и зарубежных стран в справочной литературе, сети Интернет, СМИ для решения познавательных задач; – оценивать полноту и достоверность информации с точки зрения ее соответствия исторической действительности; – характеризовать места, участников, результаты важнейших исторических событий в истории Российского государства; – соотносить год с веком, устанавливать последовательность и длительность исторических событий; – давать оценку историческим событиям и обосновывать свою точку зрения с помощью исторических фактов и собственных аргументов; – применять исторические знания в учебной и внеучебной деятельности, в современном поликультурном, полиэтничном и многоконфессиональном обществе; – демонстрировать патриотизм, гражданственность, уважение к своему Отечеству - многонациональному Российскому государству, в соответствии с идеями взаимопонимания, согласия и мира между людьми и народами, в духе демократических ценностей современного общества.		

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ 04. Физическая культура

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.04. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА 4

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 9

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 21

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 24

3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

Учебная дисциплина СГ 04. Физическая культура

1.3. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина СГ. 04. Физическая культура является обязательной частью социально-гуманитарного цикла основной профессиональной образовательной программы на базе среднего общего образования при подготовке специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по *специальности* 42.02.01.Реклама.

Изучается как социально-гуманитарная дисциплина.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью учебной дисциплины СГ 04. Физическая культура является формирование мировоззрения у обучающихся на роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций:

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

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовки ;

В рамках программы учебной дисциплины СГ 04. Физическая культура обучающимися формируются личностные (ЛР) результаты, метапредметные (МР) и предметные результаты базового (ПРб) уровня в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования.

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	**ЛР 2**
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	**ЛР 3**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	**ЛР 4**
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу,	**ЛР 5**

малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий сформированность патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству	**ЛР 13**
Проявляющий чувство уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, историческим символам и памятникам Отечества	**ЛР 14**
Демонстрирующий осознанная активная позиция по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны	**ЛР 15**
Проявляющий чувство бережного отношения к чужой уникальности, уважения к этнокультурным и религиозным правам человека	**ЛР 16**
Демонстрирующий сформированность эстетического мышления, художественного вкуса, способности решать с помощью искусства новые социальные задачи	**ЛР 17**
Проявляющий сформированность нравственного выбора общечеловеческих ценностей	**ЛР 18**
Проявляющий чувство интернационализма и уважения к национальному достоинству	**ЛР 19**
Демонстрирующий осознанный выбор профессионального развития, отношения к профессиональной деятельности как возможности участия в решении общественных и общенациональных задач	**ЛР 20**

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)	
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	**ЛР 21**
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	**ЛР 22**
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	**ЛР 23**
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	**ЛР 24**

Метапредметные результаты (МР)	
МП.1.	Самостоятельно формулировать и актуализировать проблему, рассматривать её всестороннее
МП.2.	Устанавливать существенны признак или основания для сравнения, квалификации и обобщения
МП.3.	Определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения
МП.4.	Выявлять закономерности и противоречия в рассматриваемых явлениях
МП.5.	Разрабатывать план решения проблемы с учётом анализа имеющихся материальных и нематериальных ресурсов
МП.6.	Вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целями, оценивать риски последствий деятельности
МП.7	Координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия
МП.8.	Развивать креативное мышление при решении жизненных проблем
МП.9.	Владеть навыками учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем, способностью и готовностью к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания
МП.10.	Выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу, выдвигать гипотезу ее решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения;
МП.11.	Осуществлять различные виды деятельности по получению нового знания, его интерпретации, преобразованию и применению в различных учебных ситуациях, в том числе при создании учебных и социальных проектов
МП.12.	Формировать научны тип мышления, владеть научной терминологией, ключевыми понятиями и методами
МП.13.	Анализировать полученные в ходе решениязадачи результаты, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях;

МП.14.	Ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях
МП.15.	Давать оценку новым ситуациям, оценивать приобретённый опыт;
МП.16.	Уметь переносить знания в познавательную и практическую области жизнедеятельности;
МП.17.	Уметь интегрировать знания из различных предметных областей
МП.18.	Выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения, ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативные решения;
МП.19.	Выбирать и использовать различные источники информации, необходимые для изучения проблем и поиска путей их решения, для анализа, систематизации и интерпретации информации различных видов и форм представления;
МП.20.	Осуществлять целенаправленный поиск переноса средств и способов действия в профессиональной среде
МП.21.	Владеть навыками получения информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления
МП.22.	Создавать тексты в различных форматах с учётом назначения информации и целевой аудитории, выбирая оптимальную форму представления и визуализации
МП.23.	Оценивать достоверность, легитимность информации, её соответствие правовым и морально-этическим нормам
МП.24.	Использовать средства информационных и коммуникативных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности
МП.25.	Осуществлять коммуникации во всех сферах жизни
МП.26.	Распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты
МП.27.	Владеть различными способами общения и взаимодействия
МП.28.	Понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы;
МП.29.	Выбирать тематику и методы совместных действий с учётом общих интересов и возможностей каждого члена коллектива;
МП.30.	Принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по её достижению: составлять план действий, распределять роли с учётом мнений участников, обсуждать результаты совместной работы;
МП.31.	Предлагать новые проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности, практической значимости
МП.32.	Аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации
МП.33.	Развёрнуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств

МП.34.	Самостоятельно осуществлять познавательную деятельность, выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях
МП.35.	Самостоятельно составлять план решения проблемы с учётом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений
МП.36.	Делать осознанный выбор , аргументировать его, брать ответственность за решения
МП.37.	Оценивать приобретенный опыт
МП.38.	Давать оценку новым ситуациям, оценивать соответствие результатов целям
МП.39.	Владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов их результатов и оснований
МП.40.	Способствовать формированию и проявлению широкой эрудиции в разных областях знаний
МП.41.	Использовать приемы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;
МП.42.	Постоянно повышать свой образовательной и культурный уровень
МП.43.	Осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях; проявлять творчество и воображение, быть инициативным
МП.44.	Развивать способность понимать мир с позиции другого человека.
	Предметные результаты (ПРб)
ПРб 01	Знать психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;
ПРб 02	Знать основы проектной деятельности;
ПРб 03	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ПРб 04	Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
ПРб 05	Знать основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для данной специальности
ПРб 06	Знать правила и способы планирования системы индивидуальных занятий физическими упражнениями различной направленности.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Объем образовательной программы дисциплины	**108**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**108**
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	**108**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**108**
1. Основное содержание	**106**
Лекционное занятие	**8**
Практические занятия	**98**
Из них:	-
практическая подготовка	-
2. Профессионально ориентированное содержание (содержание прикладного модуля)	**2**
теоретическое обучение	-
практические занятия	**2**
Из них:	-
практическая подготовка	-
индивидуальный проект *(да/нет)***	-
Промежуточная аттестация в форме *(зачёт с оценкой)*	

2.2. Тематическое планирование и содержание учебной дисциплины СГ 04. Физическая культура

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
Раздел 1. Физическая культура в формировании ЗОЖ		**2**	ЛР1-ЛР12 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
Основное содержание		**2**	
Тема 1.1. Здоровый образ жизни	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР1-ЛР12 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Лекционное занятие № 1. Здоровье населения России. Факторы риска и их влияние на здоровье. Современная концепция здоровья и здорового образа жизни. Мотивация ЗОЖ. Критерии эффективности здорового образа жизни. его основные методы, показатели и критерии оценки, использование методов стандартов, антропометрических индексов, номограмм, функциональных проб. Организм, среда, адаптация. Культура питания. Возрастная физиология. Организация жизнедеятельности, адекватная биоритмам. Культура здоровья и вредные пристрастия. Сексуальная культура - ключевой фактор психического и физического благополучия обучающегося. Культура психического здоровья. Оптимизация умственной работоспособности обучающегося в образовательном процессе. Средства физической культуры в регуляции работоспособности. Формирование валеологической компетенции в оценке уровня своего здоровья и формирования ЗОЖ. Особенности организации физического	2	

	воспитания в образовательном учреждении (валеологическая и профессиональная направленность). Цели и задачи физической культуры.		
Раздел 2. Легкая атлетика		**6**	ЛР1-ЛР12 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
Тема 2.1 Совершенствование техники бега на короткие дистанции, технике спортивной ходьбы	**Содержание учебного материала**	**1**	ЛР1-ЛР12 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Лекционное занятие № 2. Биомеханические основы техники бега; техники низкого старта и стартового ускорения; бег по дистанции; финиширование, специальные упражнения	1	
Тема 2.2 Совершенствование техники длительного бега	**Содержание учебного материала**	**1**	ЛР1-ЛР12 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Лекционное занятие № 3. Совершенствование техники длительного бега во время кросса до 15-20 минут, техники бега на средние и длинные дистанции.	1	
Тема 2.3 Совершенствование техники прыжка в длину с места, с разбега	**Содержание учебного материала**	**1**	ЛР1-ЛР12 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06 .
	Лекционное занятие № 4. Специальные упражнения прыгуна, ОФП.	1	
Тема 2.4 Совершенствование Эстафетный бег 4х100. Челночный бег	**Содержание учебного материала**	**1**	ЛР1-ЛР12 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Лекционное занятие № 5. Выполнение эстафетного бега 4х100, челночного бега	2	
Тема 2.5 Выполнение контрольных нормативов в беге и прыжках	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР1-ЛР12 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Лекционное занятие № 6. Выполнение контрольных нормативов в беге 30 м, 60 м, 100 м, 400 м, 500 м (д), 1000 м (ю), 2000 м (д), 3000 м (ю); прыжок в длину с места, с разбега способом «согнув ноги», бег на выносливость	2	

Раздел 3. Волейбол		**38**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
Тема 3.1 Стойки игрока и перемещения. перемещения. Общая физическая подготовка (ОФП)	**Содержание учебного материала**	**10**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 1. Выполнение перемещения по зонам площадки, выполнение тестов по ОФП.	10	
Тема 3.2 Приемы и передачи мяча снизу и сверху двумя руками. ОФП	**Содержание учебного материала**	**10**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 2. Выполнение комплекса упражнений по ОФП.	10	
Тема 3.3. Нижняя прямая и боковая подача. ОФП. Верхняя прямая подача. ОФП	**Содержание учебного материала**	**10**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 3. Выполнение упражнений на укрепление мышц кистей, плечевого пояса, брюшного пресса, мышц ног. Выполнение упражнений на укрепление мышц кистей, плечевого пояса, брюшного пресса, мышц ног	10	
Тема 3.4 Тактика игры в защите и Нападении. Основы методики судейства	**Содержание учебного материала**	6	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 4. Отработка тактики игры, выполнение приёмов передачи мяча. Отработка навыков судейства в волейболе	6	
Тема 3.5 Контроль выполнения	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 5 . Выполнение передачи мяча в парах. Игра по упрощённым правилам волейбола. Игра по правилам	2	

Раздел 4. Баскетбол		**42**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
Тема 4.1 Стойка игрока, перемещения, остановки, повороты. ОФП	**Содержание учебного материала**	**10**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 6. Выполнение упражнений для укрепления мышц плечевого пояса, ног.	10	
Тема 4.2. Передачи мяча. ОФП	**Содержание учебного материала**	**10**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 7. Выполнение упражнений для развития скоростно-силовых и координационных способностей, упражнений для развития верхнего плечевого пояса.	10	
Тема 4.3 Контроль выполнения	**Содержание учебного материала**	**10**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 8. Выполнение упражнений для укрепления мышц кистей, плечевого пояса, ног, брюшного пресса	10	
Тема 4.4 Техника штрафных бросков. ОФП	**Содержание учебного материала**	**8**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 9. Выполнение упражнений для укрепления мышц кистей, плечевого пояса, ног	8	
Тема 4.5 Тактика игры в защите и нападении. Игра по упрощенным правилам баскетбола. Игра по правилам	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 10. Игра по упрощенным правилам баскетбола. Игра по правилам	2	
Тема 4.6 Практика судейства в баскетболе	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 11. Практика в судействе соревнований по баскетболу. Выполнение контрольных упражнений: ведение змейкой с остановкой в два шага	2	

	и броском в кольцо; штрафной бросок; броски по точкам; баскетбольная «дорожка»		
Раздел 5. Гимнастика.		**16**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
Тема 5.1 Строевые приемы	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 12. Отработка строевых приёмов	2	
Тема 5.2 Техника акробатических упражнений	**Содержание учебного материала**	**2**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 13. Отработка техники акробатических упражнений	2	
Тема 5.3 Упражнения на брусьях (юноши). Гиревой спорт	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 14. Брусья: висы, упоры, махи, подводящие и специальные упражнения, соскоки. Знать правила техники безопасности; уметь страховать партнера, комплексы упражнений с гантелями, гирями. Разучивание и выполнение связок на снаряде. ППФП. Разучивание и выполнение упражнений с гирями	4	
Тема 5.4 Упражнения на бревне (девушки). ППФП	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 15. Бревно: наскок, ходьба, полушпагат, уголок, равновесие, повороты, соскок. Разучивание и выполнение связок на снаряде, комплексы упражнений, ритмическая гимнастика (по курсам)	4	
Тема 5.5 Составление комплекса ОРУ и проведение их обучающимися	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР1-ЛР22 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 16. Требования к составлению комплекса ОРУ, терминология; составление комплексов ОРУ без предметов, с предметами (мячи, палки, скакалки и др.). Направленность общеразвивающих упражнений; основные положения рук, ног, проведение с группой по одному общеразвивающему упражнению, комплекс ОРУ. Выполнение комплекса ОРУ. Контроль комбинации по акробатике.	4	

	Контроль комбинации на бревне, брусьях. Контроль выполнения упражнений по ритмической гимнастике, гиревому спорту. ППФП		
Раздел 7. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП)		**4**	ЛР1-ЛР22 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
Тема 7.1 Сущность и содержание ППФП в достижении высоких	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР13-ЛР20 МП1-МП44 ПРб01-ПРб06
	Практическое занятие № 17. Значение психофизической подготовки человека к профессиональной деятельности. Социально-экономическая обусловленность необходимости подготовки человека к профессиональной деятельности. Основные факторы и дополнительные факторы, определяющие конкретное содержание ППФП обучающихся с учетом специфики будущей профессиональной деятельности. Цели и задачи ППФП с учетом специфики будущей профессиональной деятельности. Профессиональные риски, обусловленные спецификой труда. Анализ профессиограммы. – Средства, методы и методики формирования профессионально значимых двигательных умений и навыков. – Средства, методы и методики формирования профессионально значимых физических и психических свойств и качеств. – Средства, методы и методики формирования устойчивости к заболеваниям профессиональной деятельности. – Прикладные виды спорта. Прикладные умения и навыки. Оценка эффективности ППФП. Разработка дневника самоконтроля. Разучивание, закрепление и совершенствование профессионально значимых двигательных действий. Формирование профессионально значимых физических качеств. Самостоятельное проведение студентом комплексов профессионально-	4	

	прикладной физической культуры в режиме дня специалиста Техника выполнения упражнений с предметами и без предметов. Специальные упражнения для развития основных мышечных групп. **Дифференцированный зачёт.**		
	Самостоятельная работа		
Всего		**108**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены спортивные сооружения:

- (универсальный) спортивный зал, оснащенный спортивным инвентарём и оборудованием, обеспечивающим достижение результатов освоения дисциплины;
- оборудованная открытая спортивная площадка, обеспечивающая достижение результатов освоения дисциплины.

Помещение спортивного зала соответствует требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178-02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированным спортивным оборудованием и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Оборудование учебного кабинета оснащено следующим оборудованием:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места для обучающихся (столы и стулья по количеству обучающихся);
- доска;
- комплект учебно-наглядных пособий
- шкафы для хранения комплексного методического обеспечения.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- проектор с экраном;
- мультимедийный проектор;
- комплект электронных видеоматериалов;
- задания для проверочных работ.
- Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

Учебно-программная документация (личная папка преподавателя): УМК: примерная учебная программа, рабочая учебная программа**,** календарно-тематический план, ФОС, и пр.

Методические материалы: учебно-методические рекомендации для студентов по самостоятельной работе, контрольно-оценочные средства, методические разработки, дидактические пособия и пр.

Документация и материалы хранятся в бумажном и (или) электронном виде.

3.2.1. Основные издания:

1. Матвеев А.П. Физическая культура. 10-11 классы. Базовый уровень. Электронная форма учебника. Учебник. АО "Издательство "Просвещение". 2022. https://media.prosv.ru/media/original_images/cover-485653_Cod5ma8-web_WROvl9j.jpg

3.2.2. Дополнительные издания

1. Аллянов, Ю. Н. Физическая культура: учебник для среднего профессионального образования / Ю. Н. Аллянов, И. А. Письменский. — 3-е изд., испр. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02309-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471143 (дата обращения: 02.08.2021).

2. Ягодин, В. В. Физическая культура: основы спортивной этики: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Ягодин. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 113 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10349-6. — Текст:

электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475602 (дата обращения: 02.08.2021

3.2.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Физическая культура: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Б. Муллер [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 424 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02612-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: кИр8://игаИ:.ги/Ьсобе/469681(дата обращения: 02.08.2021).

2. Муллер, А. Б. Физическая культура: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Конеева [и др.]; под редакцией Е. В. Конеевой. — 2-е изд.,перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 599 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13554-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475342(дата обращения

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; – основы здорового образа жизни; – условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для данной специальности; – правила и способы планирования системы индивидуальных занятий физическими упражнениями различной направленности	– обучающийся 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	Устный опрос. Тестирование. Результаты выполнения контрольных нормативов. Зачет.
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– 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; – выполнять контрольные нормативы, предусмотренные государственным стандартом при соответствующей тренировке, с учетом состояния здоровья и функциональных возможностей своего организма	– 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; – выполняет контрольные нормативы, предусмотренные государственным стандартом при соответствующей тренировке, с учетом состояния здоровья и функциональных возможностей своего организм	Выполнение комплекса упражнений. Выполнение контрольных нормативов с учетом состояния здоровья и функциональных возможностей организма. Зачет Дифференцированный зачет

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.02. ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 5

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 10

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 13

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.02. ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебная дисциплина СГ 02. Иностранный язык в профессиональной деятельности.

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина СГ 02. Иностранный язык в профессиональной деятельности является обязательной частью социально - гуманитарного цикла основной профессиональной образовательной программы на базе среднего общего образования при подготовке специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Учебная дисциплина СГ 02. Иностранный язык в профессиональной деятельности ориентирована на достижение следующих целей:

- дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции, включающей в себя речевую, языковую, социокультурную, компенсаторную и учебно-познавательную компетенции;

- развитие и воспитание способности и готовности к самостоятельному изучению иностранного языка, использованию его в профессиональной деятельности и для самообразования в различных областях знаний;

- развитие личности обучающихся, их нравственных и эстетических качеств, мировоззрения.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 06. Проявлять гражданско- патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

В рамках программы учебной дисциплины СГ 02. Иностранный язык в профессиональной деятельности обучающимися формируются личностные (ЛР) результаты, метапредметные (МР) и предметные результаты базового (ПРб) уровня в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования.

Личностные результаты **реализации программы воспитания** *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	**ЛР 2**
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	**ЛР 3**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда.	**ЛР 4**

Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	**ЛР 5**
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты **реализации программы воспитания,** **определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности**	
Демонстрирующий сформированность патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству	**ЛР 13**
Проявляющий чувство уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, историческим символам и памятникам Отечества	**ЛР 14**

Демонстрирующий осознанная активная позиция по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны	**ЛР 15**
Проявляющий чувство бережного отношения к чужой уникальности, уважения к этнокультурным и религиозным правам человека	**ЛР 16**
Демонстрирующий сформированность эстетического мышления, художественного вкуса, способности решать с помощью искусства новые социальные задачи	**ЛР 17**
Проявляющий сформированность нравственного выбора общечеловеческих ценностей	**ЛР 18**
Проявляющий чувство интернационализма и уважения к национальному достоинству	**ЛР 19**
Демонстрирующий осознанный выбор профессионального развития, отношения к профессиональной деятельности как возможности участия в решении общественных и общенациональных задач	**ЛР 20**
Личностные результаты **реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями** (при наличии)	
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	**ЛР 21**
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	**ЛР 22**
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	**ЛР 23**
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	**ЛР 24**

Метапредметные результаты (МР)

МП.1. **МП.2.**	Самостоятельно формулировать и актуализировать проблему, рассматривать её всесторонне Устанавливать существенный признак или основания для сравнения, классификации и обобщения языковых единиц и языковых явлений изучаемого иностранного языка
МП.3.	Определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения
МП.4.	Выявлять закономерности в языковых явлениях изучаемого иностранного (английского) языка
МП.5.	Разрабатывать план решения проблемы с учётом анализа имеющихся материальных и нематериальных ресурсов
МП.6.	Вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности
МП.7.	Координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия
МП.8.	Развивать креативное мышление при решении жизненных проблем
МП.9.	Владеть навыками учебно-исследовательской и проектной деятельности с использованием иностранного (английского) языка, навыками разрешения проблем; способностью и готовностью к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания
МП.10.	Осуществлять различные виды деятельности по получению нового знания, его интерпретации, преобразованию и применению в различных учебных ситуациях; в том числе при создании учебных и социальных проектов
МП.11.	Владеть научной лингвистической терминологией и ключевыми понятиями
МП.12.	Ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях
МП.13.	Выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу, выдвигать гипотезу её решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения
МП.14.	Анализировать полученные в ходе решения задачи результаты, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях
МП.15.	Давать оценку новым ситуациям, оценивать приобретенный опыт
МП.16.	Осуществлять целенаправленный поиск переноса средств и способов действия в профессиональную среду
МП.17.	Уметь переносить знания в познавательную и практическую области жизнедеятельности
МП.18.	Выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения
МП.19	Ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативных

	решений
МП.20.	Владеть навыками получения информации из источников разных типов, в том числе на иностранном (английском) языке, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления
МП.21.	Создавать тексты на иностранном (английском) языке в различных форматах с учётом назначения информации и целевой аудитории, выбирая оптимальную форму представления и визуализации (текст, таблица, схема, диаграмма и другие)
МП.22.	Оценивать достоверность информации, её соответствие морально-этическим нормам
МП.23.	Использовать средства информационных и коммуникативных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности
МП.24.	Владеть навыками распознавания и защиты информации, информационной безопасности личности
МП.25.	Осуществлять коммуникации во всех сферах жизни
МП.26.	Распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты
МП.27.	Владеть различными способами общения и взаимодействия на иностранном (английском) языке, аргументированно вести диалог и полилог, уметь смягчать конфликтные ситуации
МП.28.	Развёрнуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств
МП.29.	самостоятельно осуществлять познавательную деятельность, выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуаций;
МП.30.	Давать оценку новым ситуациям;
МП.31.	Делать осознанный выбор, аргументировать его, брать ответственность за решение
МП.32.	Оценивать приобретенный опыт;
МП.33.	Способствовать формированию и проявлению широкой эрудиции в разных областях знаний, постоянно повышать свой образовательный и культурный уровень;
МП.34.	Владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов их результатов и оснований;
МП.35.	Использовать приемы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения
МП.36.	Оценивать соответствие создаваемого устного/письменного

	текста на иностранном (английском) языке выполняемой коммуникативной задаче
МП.37.	Вносить коррективы в созданный речевой продукт в случае необходимости
МП.38.	Оценивать риски и своевременно принимать решения по их снижению;
МП.39.	принимать мотивы и аргументы других при анализе результатов деятельности;
МП.40.	Развивать способность понимать мир с позиции другого человека.
МП.41.	Понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы
МП.42.	Выбирать тематику и методы совместных действий с учетом общих интересов, и возможностей каждого члена коллектива
МП.43.	Принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по её достижению: составлять план действий, распределять роли с учётом мнений участников, обсуждать результаты совместной работы
МП.44.	Оценивать качество своего вклада и каждого участника команды в общий результат по разработанным критериям
МП.45.	Предлагать новые проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности практической значимости
МП.46.	Совершенствовать учебную деятельность по овладению иностранным языком
МП.47.	Сравнивать, классифицировать, систематизировать и обобщать по существенным признакам изученные языковые явления (лексические и грамматические)
МП.48.	Использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме
МП.49.	Участвовать в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и межпредметного характера с использованием материалов на английском языке и применение информационно-коммуникативных технологий
МП.50.	Соблюдать правила информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет
	Предметные результаты (ПРб)
ПРб 01	Общаться (устно и письменно) на английском языке на авиационные темы
ПРб 02	Воспринимать на слух и понимать информацию на авиационные темы в пределах программы;
ПРб 03	Читать и переводить (со словарем) тексты авиационной направленности
ПРб 04	Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые);
ПРб 05	Кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые)
ПРб 06	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии,

	проявлять к ней устойчивый интерес
ПРб 07	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ПРб 08	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ПРб 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПРб 11	Знать лексический минимум (в объеме 1200-1400 лексических единиц) авиационной направленности;
ПРб 12	Знать авиационные термины и сокращения
ПРб 13	Знать основы работы со справочными информационными материалами на английском языке авиационной направленности
ПРб 14	Знать правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
ПРб 15	Знать особенности произношения
ПРб 16	Формулировать планы на будущее на иностранном языке, используя верные грамматические конструкции и лексические выражения
ПРб 17	Знать специализированную лексику, необходимую для общения в деловой среде
ПРб 18	Знать лексический минимум и необходимые грамматические конструкции для поддержания беседы на иностранном языке
ПРб 19	Знать специализированную лексику, необходимую для общения в деловой среде и в работе с профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения***
Объем образовательной программы дисциплины	**72**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**72**
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	**72**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**72**
1. Основное содержание	**72**
Лекционное занятие	
Практические занятия	72
Из них:	-
практическая подготовка	-
2. Профессионально ориентированное содержание (содержание прикладного модуля)	-
теоретическое обучение	-
практические занятия	-
Из них:	-
практическая подготовка	-
индивидуальный проект *(да/нет*)**	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего) (если она предусмотрена)	-
Промежуточная аттестация дифференцированный зачет	-

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины СГ. 02. Иностранный язык в профессиональной деятельности

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся**		**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
1	***2***	***3***	***4***
Раздел 1. Роль иностранного языка в профессиональной деятельности		**40**	
Тема 1.1. Россия в современном мире. Экономика отрасли.	**Состояние современной экономики. Россия и сотрудничество с другими государствами. Краткое описание отрасли. Система времен действительного залога в английском языке. Исчисляемые и неисчисляемые существительные. Артикль. Употребление артикля с именами собственными.**		ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 1. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение текста по теме «Современная экономика» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение тренировочных лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов.	4	
	Практическое занятие № 2. Предпросмотровые вопросы по теме «Россия и сотрудничество с другими государствами». Просмотр учебных видео по теме. Ответы на вопросы по просмотренному видео (упражнения лексико-грамматического характера по содержанию видео, тестовые вопросы по	4	

	содержанию видео, вопросы дискуссионного характера, требующие развернутого ответа)		
	Практическое занятие № 3. Подготовка устного сообщения учащимися по теме «Экономика отрасли» на основе лексико-грамматического материала предыдущих практических занятий. Диалог-дискуссия по теме «Чем определяется выбор профессии?»	4	
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Тема 1.2. Роль образования в современном мире	**Система образования России. Роль образования в современном мире. Согласование времен. Косвенная речь. Личные местоимения. Притяжательные местоимения. Вопросительные местоимения. Относительные местоимения.**		ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 4. Предпросмотровые вопросы по теме «Образование в России». Просмотровое чтение текстов по теме «Система образования в России». Ответы на вопросы по тексту. Составление диалогов по теме «Иностранный студент поступает в учебное заведение в России».	4	
	Практическое занятие № 5. Круглый стол с обсуждением заранее подготовленных групповых сообщений на базе материала видео и текстов предыдущих практических занятий по темам: «Сравнение среднего профессионального образования в России, Великобритании, США и Китае»; «Роль образования в жизни»; «Важность получения образования» (темы распределяются на практическом занятии №4 на каждую рабочую группу в аудитории)	4	
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Тема 1.3. Значение иностранного языка	**География английского языка. Английский язык в профессиональной деятельности. Степени сравнения прилагательных и наречий. Повторение пройденного грамматического материала.**		ОК 02 ОК 04 ОК 05
	В том числе практических занятий		

в освоении профессии	Практическое занятие № 6. Просмотровое чтение текста по теме «Я и моя профессия». Дискуссия: «Взаимосвязь иностранного языка и моей профессии».	4	ОК 09 ПК…
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Тема № 1.4. Основы делового общения	**Светская беседа (Small talk). Деловой звонок. Деловая переписка. Страдательный залог. Неопределенные и отрицательные местоимения.**		ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 7. Групповое изучающее чтение диалогов по теме «Светская беседа (Small talk)» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение тренировочных лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов. Обсуждение особенностей светской беседы, тематики. Составление диалогов-моделей «Беседа с иностранным партнером». Просмотр видео по теме «составление деловых писем». Ответы на вопросы по просмотренному видео (упражнения лексического характера по содержанию видео, тестовые вопросы по содержанию видео) Составление деловых писем на основе просмотренного материала.	4	
	Практическое занятие № 8. Введение новых лексических единиц по теме занятия для снятия языковых трудностей при просмотре видео. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение диалогов по теме «Деловой разговоров по телефону». Составление диалогов и перевод их на иностранный язык Проведение телефонных переговоров. «Приглашение на конференцию»	4	
	Самостоятельная работа обучающихся*		

Тема 1.5. Рынок труда, трудоустройство и карьера	**Резюме. Прохождение собеседования. Страдательный залог. Числительные. Повторение пройденного ранее грамматического материала.**		
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 9. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение текста по теме «Поиск работы. Подготовка резюме. Прохождение собеседования» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение тренировочных лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов. Просмотр видео/ прослушивание аудиоматериала по теме «Трудоустройство и карьера», «Интервью и собеседование». Ответы на вопросы по просмотренному видео / прослушанному аудиоматериалу (упражнения лексического характера по содержанию видео, тестовые вопросы по содержанию видео, вопросы с развернутым ответом).	4	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	Практическое занятие № 10. Деловая игра «Собеседование с работодателем в кадровом агентстве»/ Составление диалогов и проведение ролевой игры по темам: «Личная встреча с работодателем», «Беседа претендента на вакансию по телефону», «Переписка в интернете»	4	
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Раздел 2. Научно-технический прогресс: открытия, которые потрясли мир		**6**	
Тема 2.1. Достижения и инновации в науке и	**Достижения и инновации в науке и технике. Открытия XXI века. Посещение отраслевой выставки. Придаточные предложения условия (1-2 тип)**	**6**	
	В том числе практических занятий		

технике и их изобретатели. Отраслевые выставки	Практическое занятие № 11. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение текста по теме «Достижения и инновации в науке и технике. Открытия XXI века» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение тренировочных лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов	2	ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	Практическое занятие № 12. Предпросмотровые вопросы по теме «Отраслевая выставка». Просмотр учебных видео по теме. Ответы на вопросы по просмотренному видео (упражнения лексико-грамматического характера по содержанию видео, тестовые вопросы по содержанию видео, вопросы дискуссионного характера, требующие развернутого ответа)	2	
	Практическое занятие № 13. Подготовка сообщений «Достижение в области науки и техники, изменившее мою жизнь» и «Посещение отраслевой выставки». Дискуссия.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Раздел 3.-Всероссийское чемпионатное движение		**2**	
Тема 3.1. Чемпионаты России по профессиональному мастерству: от прошлого к настоящему	**История чемпионатов. Требования и условия участия.**		ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 14. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение текста по теме «Чемпионаты России по профессиональному мастерству: от прошлого к настоящему» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение тренировочных лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся*		

Раздел 4. Профессиональное содержание		**24**	
Тема 4.1. Чертежи и техническая документация	**Техническое бюро. Технологические карты. Чертежи. Придаточные предложения условия (Mixed conditionals, предложения с “I wish”). Повторение пройденного ранее грамматического материала.**		ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 15. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение текста по теме «Техническое бюро» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение тренировочных лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов. Групповое изучающее чтение технологических карт. Выполнение тренировочных лексических упражнений на закрепление узкоспециализированной лексики.	2	
	Практическое занятие № 16. Презентация собственных чертежей на английском языке перед аудиторией, обсуждение.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Тема № 4.2. Инструменты, оборудование и станки	**Работа мастерской /цеха. Неличные формы глагола (Infinitive).**		ОК 02 ОК 04
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 17. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение текста по теме «Инструменты, оборудование, станки» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение тренировочных лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов.	2	

	Практическое занятие № 18. . Просмотровое чтение текстов по теме «Инструменты, оборудование, станки». Ответы на вопросы Групповая презентация «Необходимое оборудование в моей работе».	2	ОК 05 ОК 09 ПК…
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Тема 4.3. Техника безопасности и охрана труда	**«Техника безопасности и охрана труда на производстве». Неличные формы глагола (Gerund).**		ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 19. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение текста по теме «Техника безопасности и охрана труда» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение тренировочных лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов.	2	
	Практическое занятие № 20. Просмотр видео по теме «Техника безопасности на производстве». Ответы на вопросы по просмотренному видео (упражнения лексического характера по содержанию видео, тестовые вопросы по содержанию видео, вопросы с развернутым ответом).	2	
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Тема 4.4. Решение стандартных и нестандартных профессиональных ситуаций	**Профессиональные стандарты. Стандарты производства. Неличные формы глагола (Participles).**		ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 21. Введение новых лексических единиц по теме занятия для последующего чтения текста. Предтекстовые упражнения на отработку лексических единиц. Групповое изучающее чтение текста по теме «Стандарты в производстве» с извлечением новых речевых оборотов и выражений. Выполнение лексических и лексико-грамматических упражнений на закрепление активной лексики и фразеологических оборотов.	2	

	Практическое занятие № 22. Просмотр видео по теме «Проблемы на производстве». Ответы на вопросы по видео (упражнения лексического характера по содержанию видео, тестовые вопросы по содержанию видео, вопросы с развернутым ответом). Дискуссия по теме «Возможные нестандартные профессиональные ситуации и пути их решения» для подготовки к ролевой игре следующего практического занятия.	2	
	Практическое занятие № 23. Ролевая игра «Обоснование несоответствия рабочего места требованиям охраны труда и поиск выхода из ситуации в условиях дефицита языковых средств»	2	
	Самостоятельная работа обучающихся*		
Тема 4.5. Саморазвитие в профессии	**Роль самообразования и самосовершенствования в профессии. Неличные формы глагола. Повторение пройденного ранее грамматического материала.**		ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК…
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие № 24. Просмотровое чтение текстов по теме «Профессиональный рост и самосовершенствование в профессиональной деятельности». Ответы на вопросы в форме дискуссии. Дискуссия «Если я буду участвовать в чемпионате» Дифференцированный зачет	6	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Всего:		**72**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1.Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

учебный кабинет Иностранный язык, оснащенный оборудованием в котором имеется возможность обеспечить свободный доступ в сеть Интернет во время учебного занятия и в период внеучебной деятельности обучающихся(электронным книгам, практикумам, тестам), предусмотрена дистанционная форма (работа через интернет ресурсы, работа в системе дистанционного обучения на обучающей платформе Moodle и т.д.).

Оборудование учебного кабинета:посадочные места по количеству студентов, рабочее место преподавателя

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением

В процессе освоения программы учебной дисциплины «Английский язык» студенты должны иметь возможность доступа к электронным учебным материалам по английскому языку, имеющимся в свободном доступе в сети Интернет (электронные книги, практикумы, тесты, материалы ЕГЭ и др.).

Средства обучения при дистанционной форме (нормативно-справочная литература, комплект плакатов, тематических стендов, инструкционные стенды, мультимедийный комплекс. Локальная сеть колледжа, программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации.)

В условиях дистанционного обучения:

- инструктаж и выдача задания производится в форме телеконференции в программе Zoom, Moodle.

- вся необходимая документация высылается по электронной почте;

- обратная связь и консультации осуществляются в приложении Воцап, Вконтакте и по электронной почте;

- выполненные задания крепятся к Moodle;

- зачет, контрольная работа или экзамен осуществляется в форме телеконференции в программе Zoom.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные электронные издания

1. Голубев А.П. Английский язык: учебное издание / Голубев А.П., Балюк Н.В., Смирнова И.Б. — Москва: Академия, 2024. — 368 с. (Специальности среднего профессионального образования). — ISBN 978-5-0054-2840-0.

2. Карпова, Т. А., English for Colleges = Английский язык для колледжей: учебник / Т. А. Карпова. — Москва : КноРус, 2024. — 311 с. — ISBN 978-5-406-12612-7

3. 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, 2024. — 497 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16553-1

3.2.2. Дополнительные электронные издания

1. Электронный ресурс Полезные веб-ресурсы и материалы в помощь преподавателям. Формы доступа: http//www.britshcouncil.org/japan-trenduc-ukcities.htm
2. Электронный ресурс Полезные веб-ресурсы и материалы в помощь преподавателям. Формы доступа: http//www.britishcouncil.org/japan-trenduc-ukcities.htm
3. Электронный ресурс Википедия Энциклопедия на английском языке. Формыдоступа: http://en.wikipedia.org/wiki/History of the British Isles; http://en.wikipedia.org/wiki/History of London; http://en.wikipedia.org/wiki/American Revolutionary War; http://en.wikipedia.org/wiki/History of Canada
4. ОбразовательныйИнтернет-ресурсПриложениекгазете «1 сентября Enflish» Формыдоступа: WWW.BOOKSHUTNT.RU/...SENTYABRYA ENGLISH 1 SENTYABRYA
5. Информационные технологии в обучении языку. Формы доступа: http.//www.just-English.ru

3.2.3. Дополнительные источники

1. Агабекян, И. П. Английский язык [Текст]: учебное пособие/ И. П. Агабекян. - 19 изд., стер. - Ростов н/Д.: Феникс, 2011. - 320 с. - (Среднее профессиональное образование).
2. Агабекян, И. П. Деловой английский = English for business [Текст]/ И. П. Агабекян. - 7 изд. - Ростов н/Д.: Феникс, 2011. - 319 с.: ил. - (Высшее образование).
3. Новый англо-русский и русско-английский словарь с грамматическим приложением [Текст]/ сост. А.В. Васильев. - М.: Изд-во «Евро-пресс», 2012. - 512 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Описание показателей и критериев оценки компетенций

Результаты обучения	*Критерии оценки*	*Методы оценки*
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
Знать: лексический и грамматический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода текстов профессиональной направленности (со словарем); общеупотребительные глаголы (общая и профессиональная лексика); правила чтения текстов профессиональной направленности; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; правила речевого этикета и социокультурные нормы общения на иностранном языке; формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии	владеет лексическим и грамматическим минимумом, относящимся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; владеет лексическим и грамматическим минимумом, необходимым для чтения и перевода текстов профессиональной направленности (со словарем); демонстрирует знания при употреблении глаголов (общая и профессиональная лексика); демонстрирует знания правил чтения текстов профессиональной направленности; демонстрирует способность построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; демонстрирует знания правил речевого этикета и социокультурных норм общения на иностранном языке; демонстрирует знания форм и видов устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии	Письменный и устный опрос. Тестирование. Дискуссия. Участие в диалогах, ролевых играх. Практические задания по работе с информацией, документами, профессиональной литературой. Ответы на промежуточной аттестации
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
Уметь: строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; взаимодействовать в коллективе, принимать участие в диалогах на общие и профессиональные темы;	строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; взаимодействует в коллективе, принимает участие в диалогах на общие и профессиональные темы; применяет различные формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном	

применять различные формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии; понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на общие и базовые профессиональные темы; понимать тексты на базовые профессиональные темы; составлять простые связные сообщения на общие или профессиональные темы; переводить иностранные тексты профессионально направленности (со словарем); самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас	языке при межличностном, профессиональном и межкультурном взаимодействии; понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на общие и базовые профессиональные темы; понимает тексты на базовые профессиональные темы; составляет простые связные сообщения на общие или профессиональные темы; переводит иностранные тексты профессионально направленности (со словарем); совершенствует устную и письменную речь, пополняет словарный запас	Письменный и устный опрос. Тестирование. Дискуссия. Участие в диалогах, ролевых играх. Практические задания по работе с информацией, документами, профессиональной литературой. Ответы на промежуточной аттестации

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.05. Основы бережливого производства

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

9. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.06. ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА	4
10. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕСС	13
12. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Учебная дисциплина СГ 05. Основы бережливого производства.

1.4. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина СГ 05. Основы бережливого производства является обязательной частью общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы на базе основного общего образования при подготовке специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Изучается как социально-гуманитарная дисциплина.

1.5. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью учебной дисциплины СГ 05**.** Основы бережливого производства является формирование знаний концептуальных основ бережливого производства и умений применения инструментов для решения задач профессиональной деятельности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций:

ОК 01. Выбирать способырешения 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 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

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

Коды результатов	**Планируемые результаты освоения дисциплины включают**
	Личностные результаты *(ЛР)*
ЛР 1	Осознавать себя гражданином и защитником великой страны
ЛР 2	Проявлять активную гражданскую позицию, демонстрировать приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций
ЛР 3	Соблюдают нормы правопорядка, следовать идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих
ЛР 4	Проявлять и демонстрировать уважение к людям труда, осознавать ценность собственного труда. Стремиться к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 5	Демонстрировать приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине,

	принятию традиционных ценностей многонационального народа России
ЛР 6	Проявлять уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
ЛР 7	Осознавать приоритетную ценность личности человека; уважать собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 8	Проявлять и демонстрировать уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп.Проявлять сопричастность к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства
ЛР 9	Соблюдать и пропагандировать правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждать либо преодолевать зависимостиот алкоголя, табака, психактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 10	Заботиться о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
ЛР 11	Проявлять уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры
ЛР 12	Принимать семейные ценности, готовность к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания
Личностные результаты определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
ЛР 13	Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности
ЛР 14	Проявляющий гражданское отношение к профессиональнойдеятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем
ЛР 15	Проявляющий интерес к проблемам развития культуры и искусства в современном обществе, эстетического воспитания молодежи, стремящейся к саморазвитию и совершенствованию в избранной сфере деятельности
ЛР 16	Принимающий непосредственное участие в подготовке и проведении мероприятий по повышению профессионального мастерства творческих работников организации исполнительскихискусств, в работе по пропаганде исполнительских искусств, направленной на расширение зрительской аудитории
ЛР 17	Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии
Личностные результаты определенные субъектомРоссийской Федерации	
ЛР 18	Формирование у подрастающего поколения уважения к истории, культурным традициям родного края, чувства ответственности и причастности к уровню духовно-нравственного и социально-экономического развития региона
ЛР 19	Повышение социально-нравственной и гражданско-правовой культуры граждан
	Формирование системы нравственных и смысловых ориентиров, позволяющих минимизировать негативные социальные явления в

ЛР 20	региональной среде(снижение преступности, повышение уровня общественной безопасности и правопорядка; повышение уровня межнационального согласия)
ЛР 21	Повышение социальной активности граждан, формирование субъектной позиции и деятельностного отношения к окружающейсреде; создание условий для выявления, развития и реализации каждым гражданином своего потенциала
ЛР 22	Обеспечение формирования в общественном сознании значимости воспитания в интересах человека, семьи, региона
Метапредметные результаты (МР)	
МП.1.	Осуществлять профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства
МП.2.	Моделировать производственный процесс и строить карту потока создания ценностей
МП.3.	Применять методы диагностики потерь и устранять потери в процессах
МП.4.	Применять ключевые инструменты анализа и решения проблем, оценивать затраты на несоответствие
МП.5.	Организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям
МП.6.	Применять инструменты бережливого производства в соответствии со спецификой бизнес-процессов организации/производства
	Предметные результаты (ПРб)
ПРб 01	Принципы и концепцию бережливого производства
ПРб 02	Основы картирования потока создания ценностей
ПРб 03	Методы выявления, анализа и решения проблем производства
ПРб 04	Инструменты бережливого производства
ПРб 05	Принципы организации взаимодействия в цепочке процесса
ПРб 06	Виды потерь и методы их устранения
ПРб 07	Современные технологии повышения эффективности
ПРб 08	Технологии внедрения улучшений
ПРб 09	Технологии вовлечения персонала в процесс непрерывных улучшений
ПРб 10	Систему подачи предложений

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Объем образовательной программы дисциплины	**82**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**82**
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	**72**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**72**
1. Основное содержание	**72**
Теоретическое обучение	**36**
Практические занятия	**36**
Из них:	-
практическая подготовка	-
2. Профессионально ориентированное содержание (содержание прикладного модуля)	-
лекционное занятие	
практические занятия	-
Из них:	-
практическая подготовка	-
индивидуальный проект *(да/нет)***	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего) (если она предусмотрена)	**10**
Промежуточная аттестация в форме *(зачёт с оценкой)*	

2.2. Тематическое планирование и содержание учебной дисциплины СГ 05. Основы бережливого производства

Номер и наименование раздела, темы	**Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся (лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)**	***Объем в часах (очная форма обучения)***	**Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы**
Раздел 1 Бережливое производство: основные понятия, принципы, методология, проблематизация		**34**	**ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10**
Тема 1.1. Основные понятия и методология бережливого производства	**Содержание учебного материала**		
	Теоретическое обучение Занятие № 1. Цели, задачи учебной дисциплины «Основы бережливого производства». Предпосылки формирования концепции бережливого производства (БП). Принципы и концепция системы БП. Серия ГОСТ Р «Бережливое производство». Идеи бережливого производства в условиях современного рынка.	6	ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10
	Практическое занятие № 1. «Фабрик процессов». Работа с основными информационными источниками. Основные принципы БП в профессиональной деятельности (области применения и конкурентные преимущества использования)	4	
Тема 1.2. Бережливый проект. Картирование потока создания ценности. Потери и действия, добавляющие ценность	**Содержание учебного материала**		ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10
	Теоретическое обучение Занятие № 2. Поток создания ценности. Принципы картирования процесса. Цели применения карт потоков. Виды картирования. Этапы проведения картирования. Инструменты картирования потока создания ценности. Карта идеального состояния потока создания ценности. Карта текущего состояния потока создания ценности. Типичные ошибки. При картировании.	6	
	Практическое занятие № 2. Выбор темы бережливого проекта для команды. Разработка паспорта проекта. Картирования потока создания ценностей по проекту в	4	

	соответствии с профилем (направленностью) профессиональной деятельности в соответствии с предложенным алгоритмом. **Практическое занятие № 3.** Разработка анкеты для оценки ценности результата деятельности (услуги/продукта) глазами заказчика	4	
Тема 1.3. Методы решения проблем	**Содержание учебного материала**		ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10
	Теоретическое обучение **Занятие № 3.** Проблемно-ориентированное мышление. Понятие «проблема», определение и формулирование проблемы. Определение ключевых причин возникновения проблемы. Технологии анализа проблем: - фиксация проблемы; - детализация проблемы; - определение отклонения; - изучение причины возникновения проблемы; - разработка корректирующих мероприятий; - реализация корректирующих мероприятий; - проверка результатов; - стандартизация	6	
	Практическое занятие № 4. Выбор инструментов решения проблемы в рамках реализуемого проекта по результатам картирования **(** Техника 4 W +2 H + декомпозиция проблемы, изучения причин возникновения, разработка корректирующих действий). **Практическое занятие № 5.** Построение диаграммы Ишикавы по актуальной проблеме профессиональной деятельности (варианты: «дерево целей», «дерево проблем», ментальная карта). Зачёт.	2 2	
Раздел 2. Реализация принципов бережливого производства в профессиональной деятельности		**38**	**ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10**
Тема 2.1. Инструменты бережливого производства	**Содержание учебного материала**		ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10
	Теоретическое обучение **Занятие № 4.** Инструменты БП: области применения, адаптация под вид профессиональной деятельности. Кайдзен (непрерывное улучшение). «Пять S» (система рационализации рабочего места).	6	

	Стандартизированная работа. Методика всеобщего обслуживания оборудования TPM. Методика быстрой переналадки SMED. Встроенное качество. Канбан, поток единичных изделий.		
	Практическое занятие № 6. Применение методов бережливого производства в выбранной студентами проекте.	4	
	Практическое занятие № 7. Описание системы «Пять «S» в соответствии со спецификой и профессиональной направленностью	4	
Тема 2.2. Внедрение методов бережливого производства	**Содержание материала**		ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10
	Теоретическое обучение **Занятие № 5.** Модель внедрения БП. Ключевые показатели эффективности работы. Целеполагания в бережливой организации. Типичные ошибки применения методов БП.	6	
	Практическое занятие № 8. Определение целей и способов их достижения. Подготовка вариантов решения с использованием методов БП.	2	
	Практическое занятие № 9. Анализ типичных ошибок применения методов БП с учетом профиля деятельности. Зачёт.	2	
Тема 2.3. Технологии вовлечения и мотивации персонала	**Содержание материала**		ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10
	Теоретическое обучение **Занятие № 6.** Лидерство как новый тип производственных отношений. Вовлечение персонала в БП, организация работы с производственными инициативами и предложениями по улучшениям. Методы преодоления сопротивления изменениям. Технологии мотивации и стимулирование качества. Производственная культура на рабочем месте. Квалификация персонала и обучение.	6	
	Практическое занятие № 10. Применение методов мотивации персонала.	4	
	Практическое занятие № 11. Анализ практик эффективного использования человеческого потенциала. **Зачёт с оценкой.**	4	
Самостоятельная работа	Разработка и реализация проектов «Итоговая фабрика процессов»	**10**	ЛР1-ЛР22 МП1-МП6 ПРб01-ПРб10
Всего		**82**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должно быть предусмотрено следующие специальное помещение кабинет «Социально-экономических дисциплин». Помещение кабинета соответствует требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178-02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Оборудование учебного кабинета оснащено следующим оборудованием:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места для обучающихся (столы и стулья по количеству обучающихся);
- доска;
- комплект учебно-наглядных пособий (учебные таблицы, исторические карты, плакаты, портреты выдающихся исторических личностей, атласы);
- шкафы для хранения комплексного методического обеспечения.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- проектор с экраном;
- мультимедийный проектор;
- комплект электронных видеоматериалов;
- задания для проверочных работ.

Залы:

- Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

Учебно-программная документация (личная папка преподавателя): УМК: примерная учебная программа, рабочая учебная программа**,** календарно-тематический план, ФОС, и пр.

Методические материалы: учебно-методические рекомендации для студентов по самостоятельной работе, контрольно-оценочные средства, методические разработки, дидактические пособия и пр.

Документация и материалы хранятся в бумажном и (или) электронном виде.

3.2.1. Основные печатные издания:

1. Вейдер М.Т. Инструменты бережливого производства. Карманное руководство по практике применения Lean / М.Т. Вейдер. – Москва: Интеллектуальная литература, 2019. – 160 с. Текст: непосредственный.
2. Вумек, Дж., Джонс Д. Бережливое производство. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2021. – 472 с. – Текст: непосредственный.
3. Зинчик Н.С., Бережливое производство: учебник/Н.С. Зинчик, О.В. Кадырова, Ю.И. Расто- ва; под общ. ред. А.Г. Бездудной. – Москва: КноРус, 2022. – 203 с. – Текст: непосредственный.

3.2.2. Дополнительные печатные издания

1. Лайкер Дж. Практика дао Toyota: руководство по внедрению принципов менеджмента Toyota / Джеффри Лайкер, Дэвид Майер; Пер. с англ. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 586 с. - Текст: непосредственный.
2. Клюев А. В. Бережливое производство [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО / А. В. Клюев; под ред. И. В. Ершовой. - Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Ураль- ский федеральный университет, 2019. - 87 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: URL: https://www.iprbookshop.ru/87789.html (дата обращения: 03.02.2022).
3. Бородулин А.Л., Казарин В.В., Косарева Н.С., Серебренников С.С., Харитонов С.С. Береж- ливое производство. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2022. – 224с.: - Режим

доступа: URL: Книга Бережливое производство скачать бесплатно pdf без регистрации, автор С. С. Харитонов – Fictionbook
4. Фролов В.П. Внедрение технологий бережливого производства в управление производством и организацию рабочих мест: монография. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2022. - 77с. - Текст: непосредственный
5. ГОСТ Р 56404-2021 Бережливое производство. Требования к системам менеджмента — Москва: Стандартинформ, 2021. — 16 с.—URL: http://goupu-19.ru/wp- content/uploads/2021/11/gost-r-56404-2021-vzamen-56404-2015-berezhlivoe-proizvodstvo.- trabovaniya-k-sistemam-menedzhmenta.pdf .

3.2.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Вумек Д. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания ва- шей компании / Джеймс Вумек, Дэниел Джонс; пер. с англ. - 12-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 472 с. - ISBN 978-5-9614-6829-8. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?pid=1815955 (дата обращения: 03.02.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Киселев А.А., Принятие управленческих решений: учебник / А.А. Киселев. — Москва: КноРус, 2021. — 169 с. — ISBN 978-5-406-07898-3. — URL: https://book.ru/book/938341 (да- та обращения: 03.02.2022). — Текст: электронный.
3. Шмелёва А.Н. Методы бережливого производства: учебно-методическое пособие / А.Н. Шмелёва. — Москва: РТУ МИРЭА, 2021. — 38 с. — Текст: электронный // Лань: электрон- но-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/171543 (дата обращения: 03.02.2022). — Режим доступа: для авторизованных пользователей.

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СГ 05. Основы бережливого производства

Результаты обучения	*Критерии оценки*	*Методы оценки*
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
• историю, принципы и концепцию бережливого производства;	• демонстрирует системные знания об истории становления и развития бережливого производства; • формулирует основные понятия бережливого производства; • поясняет содержание принципов бережливого производства в соответствии с направленностью профессиональной деятельности	Тестирование. Устный опрос. Кейс-метод. Оценка решений ситуационных задач. Практические занятия. Деловые игры. Дифференцированный зачёт.
• основы картирования потока создания ценностей;	• описывает основные подходы к картированию потока создания ценности • владеет основными понятиями для картирования процесса • демонстрирует системные знания о действиях, добавляющие ценности и потери	
• методы выявления, анализа и решения проблем производства;	• владеет основными методами выявления и анализа проблем • формулирует перечень необходимых шагов/действий для решения проблем	
• инструменты бережливого производства;	• демонстрирует системные знания об инструментах бережливого производства и областях его применения; • оперирует знаниями при выборе инструментов для решения производственной задачи, приводит теоретическое обоснование потенциальной пользы и рисков	
• принципы организации взаимодействия в цепочке процесса;	• демонстрирует знания при анализе в цепочке процесса • описывает последовательность организационных действий для улучшения процесса	
• виды потерь и методы их устранения;	• демонстрирует знания по типизации производственных потерь и причинах их возникновения	
• современные технологии повышения эффективности	• демонстрирует системные знания о ключевые показатели эффективности бережливого производства	
• технологии внедрения улучшений;	• владеет основными понятиями реинжиниринга и демонстрирует знания инструментов процесса преобразований	
• технологии вовлечения персонала в процесс непрерывных улучшений;	• описывает основные подходы к технологии мотивации персонала, принципы и методики вовлечения персонал в процесс непрерывных улучшений	

• систему подачи предложений	• формулирует перечень необходимых шагов для подачи предложений по улучшениям	
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
• осуществлять профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства;	• демонстрирует уровень внедрения принципов бережливого производства в профессиональную деятельность при решении производственных задач	Кейс-метод Оценка решений ситуационных задач. Практические занятия. Деловые игры. Дифференцированный зачёт.
• моделировать производственный процесс и строить карту потока создания ценностей;	• демонстрирует навык по выявлению ценности картированию потока создания ценностей • выбирает средства и методы моделирования и описания процесса	
• применять методы диагностики потерь и устранять потери в процессах	• демонстрирует умение выявлять, диагностировать и устранять потери в процессах	
• применять ключевые инструменты анализа и решения проблем, оценивать затраты на несоответствие;	• осуществляет и аргументирует выбор инструментов диагностики проблем • оценивает «цену» производственной ошибки и определяет возможность для корректирующих действий • предлагает алгоритм решения с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	
• организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям;	• демонстрирует умение организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям	
• применять инструменты бережливого производства в соответствии со спецификой бизнес- процессов организации/производства.	• демонстрирует умение выбора и применения инструментов бережливого производства в заданных производственных условиях	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.05 ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

13. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.06. ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ	4
14. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
15. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
16. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.05 ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Учебная дисциплина СГ.06 Основы финансовой грамотности.

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы среднего профессионального образования

Учебная дисциплина СГ.06 Основы финансовой грамотности является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного цикла основной образовательной программы на базе среднего общего образования при подготовке специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по *специальности* 42.02.01. Реклама.

Изучается как социально-гуманитарная дисциплина.

1.2. Цели, задачи и планируемые результаты освоения дисциплины

1.2.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины Основы финансовой грамотности: формирование системы знаний о финансовой жизни современного общества, финансовых институтах, финансовых продуктах, финансовых рисках, способах получения информации, позволяющей анализировать социальные ситуации и принимать индивидуальные финансовые решения с учетом их последствий и возможных альтернатив.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления о грамотном финансовом поведении, включая типичные стратегии, действия, связанные с осуществлением социальных ролей в финансовой сфере жизнедеятельности человека;
- овладеть умениями получать, анализировать, интерпретировать и систематизировать финансовую информацию из различных источников, преобразовывать ее и использовать для самостоятельного решения учебно- познавательных и жизненных задач;
- способствовать приобретению опыта применения полученных финансовых знаний и умений при анализе и оценке жизненных ситуаций, социальных фактов, поведения людей и собственных поступков.

1.2.2. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются элементы общих компетенций (знания, умения). Планируемые результаты освоения дисциплины, направленные на формирование общих компетенций и подготовку к будущей профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Планируемые результаты (достижения образовательных результатов)	
		Умения	**Знания**
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- 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	- информационные источники, применяемые в профессиональной деятельности; для решения задач личностного развития и финансового благополучия; - формат представления результатов поиска информации, - современные средства и устройства информатизации; - возможности использования различных цифровых средств при решении профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия

ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- определять актуальность нормативной правовой документации в профессиональной деятельности для личного финансового планирования; - применять современную профессиональную и финансовую терминологию; - осуществлять наличные и безналичные платежи, сравнивать различные способы оплаты товаров и услуг, соблюдать требования финансовой безопасности; - учитывать инфляцию при решении финансовых задач в профессии, личном планировании; - планировать личные доходы и расходы, принимать финансовые решения, составлять личный бюджет; - использовать	- современную профессиональную и финансовую терминологию; - основные принципы и методы проведения финансовых расчетов и планировании личных финансов; - различие между наличными и безналичными платежами, порядок использования их при оплате покупки; - понятие инфляции, ее влияние на решение финансовых задач в профессии, личном планировании; - структуру личных доходов и расходов, правила составления личного и семейного бюджета; - особенности различных банковских и страховых продуктов и возможности для управления личными финансами;

		разнообразие финансовых инструментов для управления личным и финансами в целях достижения финансового благополучия с учетом финансовой безопасности; - анализировать расходы, связанные с заимствованием средств, необходимых для достижения финансовой цели; - оценивать финансовые риски, при планировании личных расходов; - определять направления взаимодействия с государственными органами, сторонними организациями (в том числе, финансовыми) для реализации своих прав, и исполнения обязанностей	- базовые характеристики и риски основных финансовых инструментов для управления личными финансами; - систему и полномочия государственных органов в сфере защиты прав потребителей.

В рамках программы учебной дисциплины СГ 06. Основа финансовой грамотности обучающимися формируются личностные (ЛР) результаты, метапредметные (МР) и предметные результаты базового (ПРб) уровня в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования.

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

деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»	**ЛР 4**
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	**ЛР 5**
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	**ЛР 6**
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	**ЛР 7**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	**ЛР 8**
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	**ЛР 9**
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	**ЛР 10**
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	**ЛР 11**
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	**ЛР 12**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий сформированность патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству	**ЛР 13**
Проявляющий чувство уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, историческим символам и памятникам Отечества	**ЛР 14**
Демонстрирующий осознанная активная позиция по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны	**ЛР 15**
Проявляющий чувство бережного отношения к чужой уникальности, уважения к этнокультурным и религиозным правам человека	**ЛР 16**
Демонстрирующий сформированность эстетического мышления, художественного вкуса, способности решать с помощью искусства новые социальные задачи	**ЛР 17**
Проявляющий сформированность нравственного выбора	**ЛР 18**

общечеловеческих ценностей	
Проявляющий чувство интернационализма и уважения к национальному достоинству	**ЛР 19**
Демонстрирующий осознанный выбор профессионального развития, отношения к профессиональной деятельности как возможности участия в решении общественных и общенациональных задач	**ЛР 20**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)	
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	**ЛР 21**
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	**ЛР 22**
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	**ЛР 23**
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	**ЛР 24**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***	***Объем в часах (очно-заочная форма обучения)***
Объем образовательной программы дисциплины	**30**	**30**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**30**	**30**
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	**30**	**30**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**30**	**10**
1. Основное содержание	**30**	**10**
Лекционное занятие	**20**	**4**
Практические занятия	**16**	**6**
Из них:	-	
практическая подготовка	-	
2. Профессионально ориентированное содержание (содержание прикладного модуля)		
теоретическое обучение		
практические занятия		
Из них:	-	
практическая подготовка	-	
индивидуальный проект *(да/нет)***	-	
Самостоятельная работа обучающегося (всего) (если она предусмотрена)		**20**
Зачёт с оценкой		

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины СГ.06 Основы финансовой грамотности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
РАЗДЕЛ 1.	**ДЕНЬГИ И ОПЕРАЦИИ С НИМИ**	**20**	ЛР01-ЛР12 **ОК 02,03**
Тема 1.1. **Деньги и платежи**	**Содержание учебного материала**	**8**	ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
	Лекционное занятие № 1. *Роль и функции денег.* Виды современных денег, их основные характеристики. Денежная система. Покупательная способность денег. Инфляция. Основные риски, связанные с использованием денег. Возможности и ограничения использования иностранной валюты. Валютный курс. *Платежи и расчеты.* Поставщики платежных услуг. Платежные агенты. Платежные системы. Основные платежные инструменты: банковский счет, мобильный и интернет-банк, дебетовая, кредитная банковские карты, электронный кошелек. Риски при использовании различных платежных инструментов. Подтверждение расчетов. Влияние инфляции на финансовые возможности человека.		
Тема 1.2. **Покупки и цены**	**Содержание учебного материала**	**8**	ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
	Лекционное занятие № 2. *Выбор товаров и услуг.* Обязательная информация о товаре (услуге). Поставщики товаров и услуг. Агрегаторы и маркетплейсы. Цена товара. Дифференциация цен. Ценовая дискриминация. Программы лояльности (дисконтные карты, скидки, бонусы, кэшбек). *Варианты оплаты* (разные виды денег; оплата в момент получения, предоплата, покупка в кредит, рассрочка, подписка). Роль рекламы и других способов продвижения товаров и услуг продавцами. Возврат товара после покупки.		

Тема 1.3. Безопасное использование денег	**Содержание учебного материала**	**4**	ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
	Лекционное занятие № 3. *Финансовая безопасность в сфере денежного обращения и покупок*. Выбор добросовестного поставщика финансовых услуг. Персональные данные, их значение для безопасного использования денег. Основы безопасного пользования банкоматами. *Безопасность денежных операций в цифровой среде.* Техники социальной инженерии, включая фишинг, и способы защиты. Правила возмещения средств, несанкционированно списанных со счета. Выбор надежного интернет-магазин. Алгоритм безопасного использования платежных инструментов.		
РАЗДЕЛ 2.	**ПЛАНИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ЛИЧНЫМИ ФИНАНСАМИ**	**10**	ЛР01-ЛР12 **ОК 02,03**
Тема 2.1.	**Содержание учебного материала**		ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
		2	
Тема 2.1. Личный и семейный бюджет, финансовое планирование	**Практическое занятие № 1.** *Постановка финансовых целей* (краткосрочные и долгосрочные финансовые цели, принцип SMART, выбор способов и контроль достижения финансовой цели). Человеческий и финансовый капитал. Виды доходов и расходов. Принципы ведения личного и семейного бюджета. *Возможности сокращения расходов и повышения доходов.*	2	ЛР01-ЛР12
Тема 2.2. Личные сбережения	**Содержание учебного материала**	**1**	ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
	Практическое занятие № 2. Цели сбережений. Изменение стоимости денег во времени. Основные формы сбережений: наличные деньги, банковские счета и их виды. Доходность банковских вкладов. Простые и сложные проценты. Влияние инфляции на процентный доход. Сейфовые ячейки. Риски для сбережений и пути их минимизации. Система страхования вкладов. Безопасное использование сберегательных инструментов. Выбор добросовестного поставщика финансовых услуг.	2	
Тема 2.3. Кредиты и займы	**Содержание учебного материала**	**1**	ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
	Практическое занятие № 3. *Цели заимствований*. Проценты по кредитам и займам. Неустойки. Регулирование процентов и неустоек. Основные инструменты заимствования. Банковский кредит. Принципы кредитования. *Виды кредитов.* Условия кредитования. Формы обеспечения возвратности	1	

	кредита. Кредитный договор. *Риски использования кредитов и займов и пути их минимизации.* Страхование при кредитовании. Взыскание долгов. Кредитная история. Кредитные каникулы. Реструктуризация и рефинансирование кредита. Личное банкротство. Безопасное использование кредитных инструментов. Выбор добросовестного поставщика финансовых услуг. Выбор оптимальных условий заимствования.	11	
Тема 2.4. **Безопасное управление личными финансами**	**Содержание учебного материала**	**1**	ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
	Практическое занятие № 4. *Финансовая безопасность и цифровая среда в сфере личных финансов.* Оптимизация личного и семейного бюджета с учетом обеспечения безопасности. *Удаленное банковское обслуживание*. Дистанционное управление личными финансами.	1	
РАЗДЕЛ 3	**РИСК И ДОХОДНОСТЬ**		ЛР01-ЛР12 **ОК 02,03**
Тема 3.1. **Инвестирование**	**Содержание учебного материала**	1	ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
	Практическое занятие № 5. *Цели и риски инвестирования.* Ликвидность и доходность инвестиций. Взаимосвязь доходности и риска. Основные инвестиционные продукты и их базовые характеристики. Индивидуальный инвестиционный счет (ИИС). Формирование инвестиционного портфеля. Диверсификация. Мошенничество в сфере инвестиций, способы защиты от него. Особенности финансовых пирамид. Стратегия инвестирования. Неквалифицированный инвестор и его возможности.	1	

Тема 3.2. **Страхование**	**Содержание учебного материала**	**1**	ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
	Практическое занятие № 6. *Страхование как один из способов управления рисками*. Виды страхования: личное страхование, имущественное страхование, страхование гражданской ответственности. Основные виды страховых продуктов. *Безопасное использование страховых продуктов*. Выбор добросовестного поставщика страховых услуг.		
Тема 3.3.	**Содержание учебного материала**		

Предпринимательство	**Практическое занятие № 7**. *Роль предпринимательства в жизни человека и общества*. Условия развития стартапов и малого бизнеса. Формы ведения предпринимательской деятельности и их основные характеристики. Возможные источники финансирования малого бизнеса. *Требования для открытия собственного бизнеса и алгоритм действий.*		ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
РАЗДЕЛ 4	**ФИНАНСОВАЯ СРЕДА**		ЛР01-ЛР12 **ОК 02,03**
Тема 4.1. Финансовые взаимоотношения с государством	**Содержание учебного материала**		
	Практическое занятие № 8. *Роль налогов, налоговой и социальной политики государства* для экономики страны и личного благосостояния граждан. *Налоги физических лиц. Налоговые вычеты и льготы. Пенсионная система России.* Социальная поддержка граждан. Возможности инициативного бюджетирования. Применение налоговых вычетов для увеличения дохода.		ЛР01-ЛР12 ОК 02,03
Тема 4.2. Защита прав граждан в финансовой сфере	**Содержание учебного материала**	20	ЛР01-ЛР12
	Практическое занятие № 9. .*Основные права граждан в финансовой сфере и формы их защиты.* Задачи и полномочия Банка России, других государственных органов в сфере защиты прав потребителей финансовых услуг. Досудебное и судебное урегулирование споров. Уполномоченный по правам потребителей финансовых услуг. *Особенности защиты прав потребителей в цифровой среде. Типичные ситуация нарушения прав граждан в финансовой сфере.* Алгоритм действий при нарушении прав граждан в финансовой сфере. **Зачёт с оценкой.** ***Самостоятельная работа***	220	
	Всего **30**	2	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Освоение программы дисциплины *«Основы финансовой грамотности»* предполагает наличие в образовательной организации, реализующей образовательные программы среднего профессионального образования, специализированного учебного кабинета, в котором имеется возможность обеспечить свободный доступ в телекоммуникационную сеть «Интернет» во время учебного занятия и в период внеучебной деятельности обучающихся.

Помещение кабинета должно удовлетворять требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативам и быть оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения.

В кабинете должно быть мультимедийное оборудование, посредством которого участники образовательного процесса могут просматривать визуальную информацию по финансовой грамотности, создавать презентации, видеоматериалы, иные документы.

В состав учебно-методического и материально-технического обеспечения программы учебной дисциплины «*Основы финансовой грамотности»* входят:

- информационно-коммуникационные средства;
- комплект технической документации, в том числе паспорта на средства обучения, инструкции по их использованию и технике безопасности;
- библиотечный фонд кабинета;
- рекомендованные мультимедийные пособия.

В библиотечный фонд кабинета входят учебники, учебно-методические комплекты (УМК) (в т.ч. и мультимедийные), обеспечивающие освоение учебной дисциплины *«Основы финансовой грамотности»*, рекомендованные или допущенные для использования в образовательных организациях, реализующих образовательные программы СПО. Библиотечный фонд кабинета может быть дополнен энциклопедиями, справочниками, научной, научно-популярной и другой литературой по вопросам финансовой грамотности.

В процессе освоения программы учебной дисциплины *«Основы финансовой грамотности»* обучающиеся должны иметь возможность доступа к электронным учебным материалам и образовательным ресурсам, имеющимся в свободном доступе в телекоммуникационной сети Интернет (электронным книгам, документам, хрестоматиям, практикумам, тестам и другим подобным ресурсам).

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Каджаева М.Р. Финансовая грамотность: учеб. пособие для студ. учреждений сред. профессиональное образования / М.Р. Каджаева, Л.В. Дубровская, А.Р. Елисеева. – . – 4-е изд. стер. М.: Издательский центр «Академия», 2023. – 288 с.
2. Каджаева М.Р. Финансовая грамотность. Методические рекомендации: учеб. пособие для студ. учреждений сред. профессиональное образования / М.Р. Каджаева, Л.В. Дубровская, А.Р. Елисеева. – М. : Издательский центр «Академия», 2020. – 96 с.
3. Каджаева М.Р. Финансовая грамотность. Практикум: учеб. пособие для студ. учреждений сред. профессиональное образования / М.Р. Каджаева, Л.В. Дубровская, А.Р. Елисеева. – 2-е изд. стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2023. – 128 с.

3.2.2. Основные электронные издания

1. Костюкова Е.И. Основы финансовой грамотности: учебник для СПО / Е. И.

Костюкова, И. И. Глотова, Е. П. Томилина [и др.]. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2024. — 316 с. — ISBN 978-5-507-47451-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/378458.
2. Купцова Е.В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для среднего профессионального образования/ Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11053-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476085.
3. Пушина, Н. В. Основы предпринимательства и финансовой грамотности. Практикум: учебное пособие для СПО / Н. В. Пушина, Г. А. Бандура. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2024. — 288 с. — ISBN 978-5-507-47563-6. — Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/389003
4. 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, 2023. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16794-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531714
5. Яцков, И. Б. Основы финансовой грамотности и предпринимательской деятельности / И. Б. Яцков, С. В. Афанасьева. — Санкт-Петербург: Лань, 2024. — 332 с. — ISBN 978-5-507-48129-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/362738.

3.2.3. Дополнительные источники *(при необходимости)*

1. Министерство финансов РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/.
2. Образовательные проекты ПАКК [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.edu.pacc.ru.
3. Пенсионный фонд РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.pfr.gov.ru
4. Персональный навигатор по финансам Моифинансы.рф [Электронный ресурс] – Режим доступа: https: https://моифинансы.рф/.
5. Роспотребнадзор [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.rospotrebnadzor.ru.
6. Центр «Федеральный методический центр по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.fmc.hse.ru.
7. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
8. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.nalog.ru.
9. Федеральный методический центр по финансовой грамотности населения [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://iurr.ranepa.ru/centry/finlit/.
10. Финансовая культура [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://fincult.info/.
11. Электронный учебник по финансовой грамотности. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://школа.вашифинансы.рф/.

3.2.4. **Перечень нормативных правовых актов, которые раскрывают отдельные аспекты тем, заявленных в программе**

Нормативно-правовая база

1. Закон РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности».
3. Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг».

4. Федеральный закон от 16 июля 1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)».
5. Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».
6. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».
7. Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле».
8. Федеральный закон от 23 декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов в банках Российской Федерации».
9. Федеральный закон от 30 декабря 2004 г. № 218-ФЗ «О кредитных историях».
10. Федеральный закон от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе».
11. Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 400-ФЗ «О страховых пенсиях».
12. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч. 2.
13. Положение Банка России от 24 декабря 2004 г. № 266-П «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием».
14. Положение Банка России от 29 июня 2021 г. № 762-П «О правилах осуществления перевода денежных средств».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	***Критерии оценки***	***Методы оценки***
Знать: - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;	демонстрирует знания особенностей профессионального и социального контекста;	*Устный опрос;* *Оценка результатов практической работы;* *Оценка результатов тестирования;* *Самооценка своего знания, осуществляемая обучающимися* *Экспертное наблюдение за ходом выполнения учебных заданий* *Промежуточная аттестация*
- основные источники информации и ресурсы для решения задач в профессиональном и социальном контексте, в контексте личностного развития и управления финансовым благополучием;	ориентируется в источниках информации и ресурсах для решения задач в профессиональном и социальном контексте;	
- критерии оценки результатов принятого решения в профессиональной деятельности, для личностного развития и достижения финансового благополучия;	может назвать критерии оценки результатов принятого решения в профессиональной деятельности, для личностного развития и достижения финансового благополучия;	
- информационные источники, применяемые в профессиональной деятельности; для решения задач личностного развития и финансового благополучия;	может объяснить, как пользоваться цифровыми средствами при решении профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия;	
- формат представления результатов поиска информации,	демонстрирует знания о том, как представлять результаты поиска информации;	
- современные средства и устройства информатизации, возможности использования различных цифровых средств при решении профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия;	может охарактеризовать возможности различных цифровых средств, используемых для решения профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия;	
- принципы и методы презентации собственных бизнес-идей, в том числе различным категориям заинтересованных лиц;	способен к презентации собственных бизнес-идей, в том числе различным категориям заинтересованных лиц;	
- основные принципы и методы проведения финансовых расчетов в процессе осуществления предпринимательской деятельности и планирования личных финансов;	ориентируется в нормативно-правовой базе, регламентирующей профессиональную деятельность, предпринимательство и личное финансовое планирование;	
- различие между наличными и безналичными платежами,	способен определить наиболее подходящие способы оплаты	

порядок использования их при оплате покупки;	товаров и услуг в конкретных ситуациях;	
- понятие инфляции, ее влияние на решение финансовых задач в профессии, личном планировании;	демонстрирует понимание влияния инфляции на решение финансовых задач в профессии, личном планировании	
- понятие иностранной валюты и валютного курса;	демонстрирует понимание валютных курсов и порядка проведения расчетов по обмену одной валюты на другую;	
- структуру личных доходов и расходов, правила составления личного и семейного бюджета	- демонстрирует понимание правил составления личного и семейного бюджета	
- особенности различных банковских и страховых продуктов и возможности их использования в профессиональной, предпринимательской деятельности и для управления личными финансами	способен назвать банковские продукты, описать их особенности и возможности для профессиональной, предпринимательской деятельности и для управления личными финансами;	
- базовые характеристики и риски основных финансовых инструментов для предпринимательской деятельности и управления личными финансами;	способен назвать базовые характеристики и риски основных финансовых инструментов для предпринимательской деятельности и управления личными финансами;	
- направления взаимодействия с государственными органами, сторонними организациями (в том числе, финансовыми) в профессиональной деятельности, при осуществлении предпринимательской деятельности и личного финансового планирования для реализации своих прав, и исполнения обязанностей	демонстрирует представление о направлених взаимодействия с государственными органами, сторонними организациями (в том числе, финансовыми) в профессиональной деятельности, при осуществлении предпринимательской деятельности и личного финансового планирования для реализации своих прав, и исполнения обязанностей	
- особенности работы в малых и больших группах, работы в команде, организации коллективной работы;	способен охарактеризовать особенности работы в малых и больших группах, работы в команде, организации коллективной работы;	
- принципы организации проектной деятельности	демонстрирует представление о принципах организации проектной деятельности	

Уметь: - определять задачу в профессиональном и/или социальном контексте, в контексте личностного развития и управления финансовым благополучием;	определяет задачу в профессиональном и/или социальном контексте;	*Оценка результатов устного опроса;* *Оценка результатов практической работы;* *Оценка результатов тестирования;* *Самооценка своего умения, осуществляемая обучающимися.* *Экспертное наблюдение за ходом выполнения учебных заданий* *Промежуточная аттестация*
-выявлять и отбирать информацию, необходимую для решения задачи;	осуществляет поиск и отбор информации, необходимой для решения задачи;	
- составлять план действий;	осуществляет планирование действий для решения задачи;	
-определять необходимые ресурсы;	определяет ресурсы для решения задачи;	
- реализовывать составленный план;	выполняет составленный план;	
- определять задачи для сбора информации;	определяет задачи для сбора информации;	
- планировать процесс поиска информации и осуществлять выбор необходимых источников;	планирует процесс поиска информации и осуществлять выбор необходимых источников;	
- оформлять результаты поиска, пользоваться средствами информационных технологий для решения профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия;	представляет результаты поиска информации для решения профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия с применением средств информационных технологий;	
- использовать различные цифровые средства при решении профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия;	демонстрирует умение пользоваться цифровыми средствами при решении профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия;	
- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности, для ведения предпринимательской деятельности и личного финансового планирования;	использует актуальную нормативно-правовую документацию в профессиональной деятельности, для ведения предпринимательской деятельности и личного финансового планирования;	
- осуществлять наличные и безналичные платежи, сравнивать различные способы оплаты товаров и услуг, соблюдать требования финансовой безопасности;	выполняет задания по выбору и использованию различных платежных инструментов в конкретной ситуации с учетом правил финансовой безопасности;	
- учитывать инфляцию при решении финансовых задач в	учитывает инфляцию при решении финансовых задач в	

профессии, личном планировании;	профессии, личном планировании;	
- производить расчеты по валютно-обменным операциям;	производит расчеты по валютно-обменным операциям;	
- планировать личные доходы и расходы, принимать финансовые решения, составлять личный бюджет;	планирует личные доходы и расходы, принимать финансовые решения, составляет личный бюджет;	
- использовать разнообразие финансовых инструментов для управления личными финансами в целях достижения финансового благополучия с учетом финансовой безопасности;	выполняет практические задания, основанные на использовании разнообразных финансовых инструментов для управления личными финансами в целях достижения финансового благополучия с учетом финансовой безопасности;	
- выявлять сильные и слабые стороны бизнес-идеи, плана достижения личных финансовых целей;	анализирует бизнес-идею;	
- производить основные финансовые расчеты в сферах предпринимательской деятельности и планирования личных финансов;	проводит финансовые расчет, включая анализ расходов, необходимых для достижения цели,	
- оценивать финансовые риски, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности и планирования личных финансов;	проводит оценку возможных финансовых рисков, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности и планирования личных финансов;	
- работать в коллективе и команде;	осуществляет эффективные коммуникации в коллективе и команде;	
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами, в ходе профессиональной и предпринимательской деятельности	взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в модельных ситуациях профессиональной и предпринимательской деятельности с опорой на знания правил коммуникации;	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.07. Экологические основы природопользования

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

Содержание

17. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.07. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ 4

18. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 8

19. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 14

20. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.07. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины СГ.07 Экологические основы природопользования предназначена для изучения экологических основ природопользования в пределах освоения основной профессиональной образовательной программы СПО (ОПОП СПО) на базе основного общего образования при подготовке специалистов среднего звена (ППССЗ) социально-экономического профиля.

Программа разработана в соответствие с:

- *Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности* 42.02.01. Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в учебном плане

Учебная дисциплина СГ.07 Экологические основы природопользования входит в состав математического и общего естественнонаучного учебного цикла основной профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Цели, задачи и результаты освоения учебной дисциплины

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

– о взаимосвязи организмов и среды обитания;

– об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса;

– о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды;

– об экологических принципах рационального природопользования;

знать:

– правовые вопросы экологической безопасности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций, профессиональных компетенций:

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

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

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

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

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

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учётом 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

В рамках программы учебной дисциплины СГ 07. Экологические основы природопользования обучающимися формируются личностные (ЛР) результаты, метапредметные (МР) результаты в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования.

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

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий сформированность патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству	**ЛР 13**
Проявляющий чувство уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, историческим символам и памятникам Отечества	**ЛР 14**
Демонстрирующий осознанная активная позиция по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны	**ЛР 15**
Проявляющий чувство бережного отношения к чужой уникальности, уважения к этнокультурным и религиозным правам человека	**ЛР 16**
Демонстрирующий сформированность эстетического мышления, художественного вкуса, способности решать с помощью искусства новые социальные задачи	**ЛР 17**
Проявляющий сформированность нравственного выбора общечеловеческих ценностей	**ЛР 18**
Проявляющий чувство интернационализма и уважения к национальному достоинству	**ЛР 19**
Демонстрирующий осознанный выбор профессионального развития, отношения к профессиональной деятельности как возможности участия в решении общественных и общенациональных задач	**ЛР 20**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)	
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	**ЛР 21**
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	**ЛР 22**
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	**ЛР 23**
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	**ЛР 24**

Метапредметные результаты (МР)	
МП.1.	Самостоятельно определять актуальные проблемные вопросы безопасности личности, общества и государства, обосновывать их приоритет и всесторонне анализировать, разрабатывать алгоритмы их возможного решения в различных ситуациях
МП.2.	Устанавливать существенный признак или основания для обобщения, сравнения и классификации событий и явлений в области безопасности жизнедеятельности, выявлять их закономерности и противоречия -
МП.3.	Определять цели деятельности, применительно к заданной (смоделированной)

	ситуации, выбирать способы их достижения с учётом самостоятельно выделенных критериев и парадигме безопасности жизнедеятельности, оценивать риски возможных последствий для реализации риск-ориентированного поведения
МП.4.	Моделировать объекты (события, явления) в области безопасности личности, общества и государства, анализировать их различные состояния для решения познавательных задач, переносить приобретенные знания в повседневную жизнь
МП.5.	Планировать и осуществлять учебные действия в условиях дефицита информации, необходимой для решения стоящей задачи
МП.6.	Владеть научной терминологией, ключевыми понятиями и методами в области безопасности жизнедеятельности
МП.7	Осуществлять различные виды деятельности по приобретению нового знания, его преобразованию и применению для решения различных учебных задач, в том числе при разработке и защите проектных работ
МП.8.	Анализировать содержание учебных вопросов и заданий и выдвигать новые идеи, самостоятельно выбирать оптимальный способ решения задач с учётом установленных (обоснованных) критериев
МП.9.	Раскрыть проблемные вопросы, отражающие несоответствие между реальным (заданным) и наиболее благоприятным состоянием объекта (явления) в повседневной жизни
МП.10.	Критически оценивать полученные в ходе решения учебных задач результаты, обосновывать предложения по их корректировке в новых условиях
МП.11.	Характеризовать приобретенные знания и навыки, оценивать возможность их реализации в реальных условиях
МП.12.	Использовать знания других предметных областей для решения учебных задач в области безопасности жизнедеятельности; переносить приобретенные знания и навыки в повседневную жизнь
МП.13.	Владеть навыками самостоятельного поиска, сбора, обобщения и анализа различных видов информации из источников разных типов при обеспечении условий информационной безопасности личности
МП.14.	Создавать информационные блоки в различных форматах с учётом характера решаемой учебной задачи; самостоятельно выбирать оптимальную форму их представления
МП.15.	Оценивать достоверность, легитимность информации, её соответствие правовым и морально-этическим нормам
МП.16.	Владеть навыками по предотвращению рисков, профилактике угроз и защите от опасностей цифровой среды
МП.17.	Использовать средства информационных и коммуникативных технологий в учебном процессе с соблюдением требований эргономики, техники безопасности и гигиены
МП.18.	Осуществлять в ходе образовательной деятельности безопасную коммуникацию, переносить принципы её организации в повседневной жизни

МП.19.	Распознавать вербальные и невербальные средства общения; понимать значение социальных знаков; определять признаки деструктивного общения
МП.20.	Владеть приемами безопасного межличностного и группового общения; безопасно действовать по избеганию конфликтных ситуаций
МП.21.	Аргументированно, логично и ясно излагать свою точку зрения с использованием языковых средств
МП.22.	Ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях
МП.23.	Самостоятельно выявлять проблемные вопросы, выбирать оптимальный способ и составлять план их решения в конкретных условиях
МП.24.	Делать осознанный выбор в новой ситуации, аргументировать его; брать ответственность за своё решение
МП.25.	Оценивать приобретенный опыт
МП.26.	Расширять познания в области безопасности жизнедеятельности на основе личных предпочтений и за счёт привлечения научно-практических знаний других предметных областей; повышать образовательный и культурный уровень
МП.27.	Оценивать образовательные ситуации; предвидеть трудности, которые могут возникать при их разрешении; вносить коррективы в свою деятельность; контролировать соответствие результатов целям
МП.28.	Использовать приёмы рефлексии для анализа и оценки образовательной ситуации, выбора оптимального решения
МП.29.	Понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы в конкретной учебной ситуации
МП.30.	Ставить цели и организовывать совместную деятельность с учётом общих интересов, мнений и возможностей каждого участника команды (составлять план, распределять роли, принимать правила учебного взаимодействия, обсуждать процесс и результат совместной работы, договариваться о результатах)
МП.31.	Оценивать свой вклад и вклад каждого участника команды в общий результат по совместно разработанным критериям
МП.32.	Осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях; предлагать новые идеи, оценивать их с позиции новизны и практической значимости; проявлять творчество и разумную инициативу

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Объем образовательной программы дисциплины	**32**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**32**
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	**32**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**32**
1. Основное содержание	**32**
Теоретическое обучение	**16**
Практические занятия	**16**
Из них:	-
практическая подготовка	-
2. Профессионально ориентированное содержание (содержание прикладного модуля)	-
лекционное занятие	
практические занятия	-
Из них:	-
практическая подготовка	-
индивидуальный проект *(да/нет)***	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего) (если она предусмотрена)	
Промежуточная аттестация в форме контроля тестов, билетов, презентаций	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины СГ.07 Экологические основы природопользования

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Коды предметных, метапредметных личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
Модуль 1. Основные понятия экологии		**12**	
Тема 1.1 Особенности взаимодействия общества и природы.	**Содержание учебного материала:** Специфика, цель и задачи дисциплины. Рекомендуемая учебная литература Значение природы для общества	**4**	ЛР12 МП1-МП32
	Лекционное занятие № 1.	2	
	Практическое занятие № 1.	2	
Тема 1.2. Общая характеристика экологии как науки	**Содержание учебного материала:** Взаимодействие человека и природы. Экологические системы и их устойчивость. Экологические законы, принципы и правила	**4**	ЛР12 МП1-МП32
	Лекционное занятие № 2.	2	
	Практическое занятие № 2	2	
Тема 1.3. Обзор экологических проблем возникающих за счет воздействия антропогенных факторов.	**Содержание учебного материала:** Глобальные проблемы экологии: разрешение озонового слоя, парниковый эффект, глобальное потепление Уничтожение тропических лесов, дефицит воды, загрязнение Мирового океана	**4**	ЛР12 МП1-МП32
	Лекционное занятие № 3.	2	
	Практическое занятие № 3.	2	
Модуль 2. Основы природоохранной деятельности.		**16**	

Тема 2.1 Природоресурсный потенциал. Принципы и методы рационального природопользования	**Содержание учебного материала:** Природные ресурсы и их классификация. Задачи охраны окружающей среды, природоресурсный потенциал и охраняемые природные территории Российской Федерации.	**4**	ЛР12 МП1-МП32
	Лекционное занятие № 4.	2	
	Практическое занятие № 4.	2	
Тема 2.2 Основные понятия промышленной экономики. Размещения производства и проблемы отходов.	**Содержание учебного материала:** Антропосфера, промышленная экология, природно-промышленная экология, природ промышленный комплекс. Производственное предприятие. Понятие малоотходных технологий и их основные направления. Ресурсосберегающие технологии: снижение уровня потребления природных энергетических ресурсов, освоение нетрадиционных источников энергии.	**4**	ЛР12 МП1-МП32
	Лекционное занятие № 5.	2	
	Практическое занятие № 5.	2	
Тема 2.3. Понятие мониторинга окружающей среды. Экологическое регулирование и прогнозирование последствий природопользования	**Содержание учебного материала:** Виды мониторинга, методы. Организация мониторинга окружающей среды. Проблемы использования полезных ископаемых, земельных ресурсов, использования и воспроизводства растительного мира. Проблема сохранения человеческих ресурсов.	**4**	ЛР12 МП1-МП32
	Лекционное занятие № 6.	2	
	Практическое занятие № 6.	2	ЛР12 МП1-МП32
Тема 2.4. Правовые и социальные вопросы природопользования. Охраняемые природные территории.	**Содержание учебного материала:** История российского экологического законодательства. Экологическое право в системе российского законодательства. Экологические права граждан. Федеральный закон «Об охране окружающей среды». Нормативные акты по рациональному природопользованию. Заповедники. Государственные природные заказники. Национальные природные парки		ЛР12 МП1-МП32
	Лекционное занятие № 7.	**2**	
Тема 2.5. Концепция устойчивого развития рационального природопользования. Обзор воздействия на	**Содержание учебного материала:** Стокгольмская концепция ООН - основные принципы международного сотрудничества в области экологии. Всемирная хартия природы. Декларация по окружающей среде и развитию в Рио- де Жанейро. Общая характеристика предприятий и сферы обслуживания. Главный способ реализации охраны		ЛР12 МП1-МП32

природную окружающую среду пищевой Промышленности. Общая характеристика пищевой промышленности, сферы массового питания и торговли	природы на предприятиях легкой и пищевой промышленности. Понятие пищевой промышленности, торговли и коммерции. Необходимость природоохранной деятельности в данных отраслях экономики. Утилизация отходов пищевой промышленности		
	Лекционное занятие № 8.	**2**	ЛР12 МП1-МП32
Модуль 3. Государственное и международное сотрудничество в области природопользования и охраны окружающей среды		**8**	ЛР12 МП1-МП32
Тема 3.1. Государственные и общественные организации по предотвращению разрушающих воздействий на природу.	**Содержание учебного материала:** Принципы и методы мониторинга окружающей среды. Принципы и методы экологического контроля и экологического регулирования. Зачёт по разделам дисциплины		ЛР12 МП1-МП32
	Практическое занятие № 7.	2	
Тема 3.2 Международное сотрудничество в области природопользования и охраны окружающей среды	**Содержание учебного материала:** Международные мероприятия, посвященные проблемам окружающей природной среды: конференции, саммиты. Международные организации, занимающиеся проблемами окружающей среды: ООН, ЮНЕСКО, Римский клуб, Гринпис.		ЛР12 МП1-МП32
	Практические занятия № 8.	2	
	Самостоятельная работа		
Итого		**32**	

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению реализации общеобразовательной дисциплины.

Реализация программы дисциплины осуществляется в учебном кабинете, оборудованном:
-рабочими местами по количеству обучающихся;
-рабочим местом преподавателя.
Технические средства обучения:
- компьютер;
- мультимедиапроектор;
- учебные видеофильмы.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные электронные издания:

1. Корытный, Л. М. Экологические основы природопользования : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. М. Корытный, Е. В. Потапова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 377 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14131-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475571
2. Астафьева, О. Е. Экологические основы природопользования : учебник для среднего профессионального образования / О. Е. Астафьева, А. А. Авраменко, А. В. Питрюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 354 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10302-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475572
3. Хван, Т. А. Экологические основы природопользования : учебник для среднего профессионального образования / Т. А. Хван. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 253 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05092-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450693
4. Кузнецов, Л. М. Экологические основы природопользования : учебник для среднего профессионального образования / Л. М. Кузнецов, А. Ю. Шмыков ; под редакцией В. Е. Курочкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05803-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473270

Дополнительные электронные издания:

1. Экологические основы природопользования: луга и тундры : учебное пособие для вузов / Т. А. Радченко [и др.] ; под научной редакцией Г. И. Махониной. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 85 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07675-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/454838

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины включает результаты текущего контроля и промежуточной аттестации, включая оценку заданий для внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате изучения дисциплины студент должен:	«Отлично»- теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов,	Тесты, самостоятельная работа,

уметь использовать представление: – о взаимосвязи организмов и среды обитания; – об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса; – о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды; – об экологических принципах рационального природопользования; **знать:** – правовые вопросы экологической безопасности.	умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работать с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки. «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.	дифференцированный зачет, устный опрос.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.09. Основы права

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

Содержание

21. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.09. ОСНОВЫ ПРАВА 4

22. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 6

23. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 11

24. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.09. ОСНОВЫ ПРАВА

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины СГ.09 Основы права предназначена для изучения экологических основ природопользования в пределах освоения основной профессиональной образовательной программы СПО (ОПОП СПО) на базе среднегообщего образования при подготовке специалистов среднего звена (ППССЗ) социально-экономического профиля.

Программа разработана в соответствие с:

- Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в учебном плане

Учебная дисциплина СГ.09. Основы права входит в состав общих гуманитарных и социально-экономических учебных циклов основной профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Цели, задачи и результаты освоения учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины СГ.09. Основы права является овладение студентами знания в области основ теории государства и права, конституционного, гражданского, семейного, трудового, административного, уголовного, авторского и других отраслей права; выработке уважения к законодательству и соблюдении правомерного поведения в обществе.

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

- иметь представление об основных отраслях права Российской Федерации, Конституции Российской Федерации, всеобщей декларации прав человека, юридической ответственности и ее видах, судебной системе Российской Федерации; правоохранительных органых;
- знать положения Конституции Российской Федерации, права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации;
- уметь использовать необходимые нормативно-правовые документы;
- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;
- организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;
- осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
- работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций, профессиональных компетенций:

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

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

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

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

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

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учётом 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиесядолжны демонстрировать следующие результаты:

Компетенция	знает	умеет	владеет
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	основные нормативно-правовые акты	использовать нормативно правовые документы в своей деятельности	опытом использования нормативно-правовых документов в своей деятельности
УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	основные антикоррупционные правовые акты	исполнять и использовать антикорупционное законодательство	навыками работы с антикоррупционным законодательством

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Объем образовательной программы дисциплины	**30**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**30**
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	**28**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**28**
1. Основное содержание	**30**
Теоретическое обучение	**14**
Практические занятия	**14**
Из них:	-
практическая подготовка	-
2. Профессионально ориентированное содержание (содержание прикладного модуля)	**-**
лекционное занятие	
практические занятия	-
Из них:	-
практическая подготовка	-
индивидуальный проект *(да/нет)***	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего) (если она предусмотрена)	**2**
Промежуточная аттестация в форме контроля тестов, билетов, презентаций	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины СГ.09 Основы права

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	*Объем в часах (очная форма обучения)*	Формируемые компетенции (по теме)
1	**2**	**3**	**5**
Раздел 1.	**Право: понятие, система, источники**	**9**	
Тема 1.1. Право в системе социальных норм	**Лекционное занятие № 1.** Понятие социальной нормы. Виды социальных норм: нормы обычаев, нормы традиций, нормы морали, религиозные, корпоративные, правовые. Признаки правовых норм. Функции права. Соотношение норм морали и права.	2	УК-2 УК-10
Тема 1.2. Формы (источники) права	**Лекционное занятие № 2.** Правотворчество. Способы правотворчества. Понятие формы (источника) права. Виды источников права: правовой обычай, юридический прецедент, нормативно-правовой акт. Виды нормативно-правовых актов. Юридическая сила. Действие нормативно-правовых актов во времени, в пространстве и по кругу лиц.	2	УК-2 УК-10
Тема 1.3. Правовая норма. Реализация права	**Лекционное занятие № 3.** Понятие правовой нормы, ее признаки. Структура нормы права. Гипотеза. Диспозиция. Санкция. Виды правовых норм по характеру правил поведения: управомочивающие, запрещающие, обязывающие. Реализация права. Виды реализации права: использование, соблюдение, исполнение. Применение права как особая форма реализации права. Условия для применения права. Основные стадии процесса применения норм права.	1	УК-2 УК-10
Тема 1.4. Система права. Основные отрасли российского права	**Лекционное занятие № 4.** Понятие системы права, ее элементы. Отрасль права и правовой институт. Профилирующие, специальные и комплексные отрасли. Основные отрасли российского права: конституционное (государственное), административное, гражданское, уголовное, трудовое, семейное право.	1	УК-2 УК-10
	Самостоятельная работа обучающихся№ 1: Гражданское право. Право собственности. Защита права собственности. Трудовое право. Трудовой договор. Трудовые споры и порядок их рассмотрения. Семейное право. Права и обязанности супругов. Права и обязанности родителей и детей. Уголовное право.Уголовное наказание и его виды. Уголовная ответственность	1	

	несовершеннолетних		
Тема 1.5. Правоотношения.	**Лекционное занятие № 5.** Понятие правоотношения. Основание возникновения правоотношения. Юридические факты, их виды. Структура Правоотношения .Субъекты правоотношений, их виды. Правоспособность, дееспособность, деликтоспособность субъектов права	1	УК-2 УК-10
Тема 1.6. Правомерное поведение, правонарушение, юридическая ответственность и ее виды	**Лекционное занятие № 6.** Право и поведение личности. Мотивы правомерного поведения. Правомерное поведение и правонарушение. Виды правонарушений. Преступление и проступки. Состав правонарушения. Презумпция невиновности. Юридическая ответственность, ее виды.	1	УК-2 УК-10
Раздел 2.	**Личность. Право. Правовое государство**	**21**	
Тема 2.1. Конституция РФ – ядро правовой системы	**Лекционное занятие № 7.**Конституция РФ – ядро правовой системы РФ. Понятие основ конституционного строя. Форма государства, ее элементы: форма правления, форма государственного устройства, политический режим. Понятие правового государства. Признаки правового государства: верховенство права, демократизм, разделение властей, гуманизм, приоритет прав и свобод человека. Россия – демократическое федеративное правовое государство с республиканской формой правления.	1	УК-2 УК-10
Тема 2.2. Всеобщая декларация прав человека. Основы правового статуса человека и гражданина в РФ	**Лекционное занятие № 8.** Право и государство, их соотношение и взаимодействие. Государство и личность. Понятие правового статуса личности. Документы о правах человека. Всеобщая декларация прав человека. Виды прав человека. Права человека и права гражданина. Основы правового статуса человека и гражданина в РФ. Юридические механизмы защиты прав и свобод человека и гражданина. Понятие гражданства. Принципы гражданства. Способы принятия	1	УК-2 УК-10

	гражданства. Выход из гражданства.		
Тема 2.3. Система органов государственной власти в РФ	**Лекционное занятие № 9.** Понятие государственного органа. Виды государственных органов. Принцип разделения властей и его реализация в РФ. Президент РФ – глава государства. Федеральное собрание – законодательная власть. Законодательный процесс. Правительство РФ – высший орган исполнительной власти. Органы исполнительной власти (органы государственного управления). Должностные лица. Административный порядок обжалования актов или действий органов государственного управления и должностных лиц. Органы судебной власти.	1	УК-2 УК-10
	Практические занятия№ 1 Составление жалобы на действия должностного лица.	10	
	Самостоятельная работа обучающихся№ 2 : Местное самоуправление. Статус	1	
	муниципального служащего.		
Тема 2.4. Судебная система РФ	**Лекционное занятие № 10.** Суд как гарант прав личности. Понятие правосудия, его принципы. Судебная система РФ, ее структура.Звенья и инстанции. Право на судебную защиту. Порядок рассмотрения судебных споров. Исковая давность.	1	УК-2 УК-10
	Самостоятельная работа обучающихся№ 3.: Составление искового заявления.		
Тема 2.5. Правоохранительные органы в РФ	**Лекционное занятие № 11.** Понятие правоохранительных органов. Органы прокуратуры, органы внутренних дел: система и компетенция. Негосударственные правоохранительные органы. Адвокатура: понятие и задачи. Виды юридической помощи, оказываемой адвокатами. Нотариат: понятие и задачи. Полномочия нотариуса. **Практическое занятие№ 2**. Форма контроля тестирование, ответы на вопросы	2 4	УК-2 УК-10
Всего		30	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1.Требования к минимальному материально-техническому обеспечению Реализация учебной дисциплины СГ.09. Основы права требует наличия учебного кабинета истории.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места студентов;
- рабочее место преподавателя;
- рабочая меловая доска;
- наглядные пособия (учебники, опорные конспекты-плакаты, карточки, раздаточный материал, комплекты карт).

Технические средства обучения:

- ПК,
- видеопроектор,
- проекционный экран.

3.2. Основные электронные издания:

1. Бялт, В. С. Правоведение: учебное пособие для вузов / В.С. Бялт. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 302 с. – (Университеты России). – ISBN 978-5-534-07626-4. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/438078
2. Волков, А. М. Основы права: учебник для прикладного бакалавриата / А. М. Волков, Е. А. Лютягина; под общей редакцией А. М. Волкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 235 с. (Бакалавр. Прикладной курс). – ISBN 978-5-534-04563-5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/432113.
3. Кашанина, Т. В. Право : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Т. В. Кашанина, Н. М. Сизикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 484 с. – (Бакалавр. Прикладной курс). – ISBN 978-5-534-00342-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/432117
4. Правоведение: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. И. Некрасов [и др.]; под редакцией С. И. Некрасова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 455 с. (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-03349-6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://

3.3. Интернет-ресурсы

1. Сервер органов государственной власти Российской Федерации – http://www.gov.ru/index.html
2. Официальный сайт Президента России – http://kremlin.ru/
3. Официальный сайт Правительства России – http://government.ru/

4.Официальный сайт Генеральной прокуратуры РФ – http://www.genproc.gov.ru/
5.Официальный сайт уполномоченного по правам человека в РФ – http://ombudsmanrf.org/
6.Судебные и нормативные акты РФ – www.sudact.ru
7.Конституционный суд Российской Федерации – http://www.ksrf.ru/ru/Pages/default.aspx
8.Федеральный правовой портал "Юридическая Россия" – http://law.edu.ru/
9.Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" – http://www.consultant.ru/
10.Консультант Плюс Студенту. Все для учебы – http://www.consultant.ru/edu/student/study/
11.Информационный образовательный юридический портал– http://www.lawtoday.ru/
12.Право.ру – https://pravo.ru/
Все о праве (статьи, монографии, учебники, судебная практика) – http://www.allpravo.ru/library

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины включает результаты текущего контроля и промежуточной аттестации, включая оценку заданий для внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Обучающийся **должен:** • иметь представление об основных отраслях права Российской Федерации, Конституции Российской Федерации, всеобщей декларации прав человека, юридической ответственности и ее видах, судебной системе Российской Федерации, правоохранительных органах; • знать положения Конституции Российской Федерации, права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации; • уметь использовать необходимые нормативно-правовые документы; • понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес; • организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; • осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; • работать в коллективе, обеспечивать его	«Отлично»- теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работать с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки. «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.	Контрольные работы, опросы, тесты, конспекты, рефераты, сообщения, доклады, итоговый зачёт.

сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством. **уметь**: • проводить поиск информации в источниках разного типа; • структурировать и систематизировать материал, вычленять его основное содержательное ядро; • устанавливать связи между явлениями, понятиями, фактами, делать обобщения, выводы; • участвовать в дискуссиях по правовым проблемам, формулировать собственную позицию по обсуждаемым вопросам; • представлять результаты изучения материала в формах конспекта, реферата, рецензии; **использовать приобретенные знания**		

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.01 ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ,РИСУНКА,ЖИВОПИСИ,В РЕКЛАМЕ **4**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ **5**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОГЙ ДИСЦИПЛИНЕ **14**

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ **16**

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

1.1. Область применения рабочей программы

Программа дисциплины Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по направлениям подготовки, специальностям и рабочим профессиям СПО, входящим в состав укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП 01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной.

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

Целью преподавания дисциплины является обучение основам изобразительной грамоты и формирования умений и навыков реалистического изображения, т.е. принцип единства теории и практики, который является необходимым условием подготовки квалифицированных специалистов.

Задачи изучения дисциплины:

- познание истории развития и достижениям отечественной информатики в мировой индустрии информационных технологий;
- формирование самостоятельной и ответственной творческой деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий.

1.4. Результаты освоения программы дисциплины

Результатом освоения программы дисциплины Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе является овладение обучающимися общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения** - владеть основами дизайна, создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию; - определять необходимые ресурсы; - определять этапы решения задачи; - реализовывать составленный план. **Знания** приемы и методы
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
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	проектирования рекламного продукта; методы работы в профессиональной и смежных сферах.

2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1.Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***	***Объем в часах (очно-заочная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**72**	**62**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**62**	**14**
в том числе:		
теоретические занятия	14	6
практические занятия	34	8
самостоятельная работа	8	48
Промежуточная аттестация	4	
Промежуточная аттестация в форме: зачёта		

1.1. Тематический план и содержание дисциплины Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, работа обучающихся	*Объем в часах*	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Введение	**Лекционное занятие № 1.** Цель и задачи дисциплины Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, ее роль в формировании у студентов профессиональных компетенций. Влияние дисциплины на выбор своей будущей профессии; применение полученных знаний в осуществлении поиска рекламных идей при выборе оптимальных изобразительных средств и материалов в решении творческих задач; использование опыта полученных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.	**1**	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
Раздел 1. Основы композиции		**21**	
Тема 1.1. Правила, приемы и средства композиции. Композиция в ДПИ	**Содержание учебного материала**		ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 2. Основной закон композиции Основные понятия о правилах, приемах и средствах композиции. Простая композиция в ДПИ	1	
	Практические занятия № 1.		
	- Передача ритма, движения и покоя. Передача контраста и нюанса в композиции. - Передача симметрии и асимметрии. Формат и размер в композиции. Передача равновесия в композиции. - Передача контраста, нюанса. - Тематическая композиция «Настроение» - Стилизация простых форм. - Выполнение растительного орнамента в круге, прямоугольнике	4	
Тема 1.2.	**Содержание учебного материала**	1	ОК 1, ОК 3,

Способы организации	**Лекционное занятие № 3.** Различные подходы в организации изобразительной плоскости. - Иллюзорность и декоративность		ПК 4.1, 4.2.
изобразительной поверхности.	**Практическое занятие № 2**	2	
	- Оптические иллюзии и оптические коррективы. - Выполнение цветочной композиции в круге. - Силуэт и поле. Организация поверхности.		
Тема 1.3. Композиция сюжетно-тематической картины, натюрморта, пейзажа	**Содержание учебного материала**		ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 4. - Основные закономерности, правила, приемы и средства пластического построения сюжетно-тематической картины. - Роль формата и размера. - Натюрморт. Виды натюрморта. Приемы и схемы построения. - Композиционный центр в натюрморте и способы его выделения. Натюрморт в графике и живописи. - Пейзаж как часть картины и как самостоятельный жанр. - Виды пейзажа. Этюд, эскиз и картина.	1	
	Практическое занятие № 3		
	- Композиционный центр и различные способы его выражения: смысловые и формальные. - Выполнение зарисовок на интересующую тему. - Выполнение сюжетно-тематической картины. - Натюрморт «реалистический» и «декоративный». - Стилизация реалистичного натюрморта. - Выполнение сложного натюрморта. - Выполнение эскизов пейзажа по представлению. - Разработка видов пейзажа. - Переработка в орнаментальный пейзаж. Эскиз	2	
Тема 1.4. Ассоциативная композиция. Формы композиции.	**Содержание учебного материала**	1	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 4. - Понятие ассоциации. - Художественная выразительность композиции. - Точечная (центральная) композиция. - Линейно-ленточная композиция. - Плоскостная(фронтальная) композиция.		

	- Пространственная композиция.		
	Практическое занятие № 4		
	Выполнение практических упражнений на темы: - «Эмоция» (Страх. Печаль. Радость. Нежность.); - «Страна» (Египет. Япония. Русь. Индия.). Разрушение объема. Конструирование пространственной композиции.	2	
Тема 1.5. Композиция и художественность.	**Содержание учебного материала**	1	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 5. - Обобщение и типизация. - Эмоциональная наполненность. - Эмоциональное состояние в композиции и средства его передачи. - Обобщенная значимость образа		
	Практическое занятие № 5	2	
	Выполнение упражнений на эмоциональное восприятие: - теплая гамма, - холодная гамма, - состояние покоя, - динамическая композиция		
	Самостоятельная работа обучающихся № 1	4	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Клаузуры – быстрые изобразительные упражнения, носящие творческий характер графических или живописных выражений. Творческая работа – задания, нацеленные на не тривиальное или ординарное решение объекта визуализации. Использование различных техник исполнения и методов интерпретации, в основном по представлению, воображению. Изучение специализированной и дополнительной литературы		
Раздел 2. Рисунок и основы перспективы		**19**	
Тема 2.1. Рисунок Куба, Шара,	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 6**	1	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.

Пирамиды, Цилиндра, Конуса	- Теория построения геометрических предметов - Организация композиции на листе - Проведение линий и штриховка фигур		
	Практическое занятие № 6	**2**	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	- Построение Пирамиды, Цилиндра, Конуса - Теория построения геометрических предметов - Организация композиции на листе - Проведение линий и штриховка фигур		
Тема 2.2. Рисунок драпировки	**Содержание учебного материала**	1	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 7 - Рисунок ткани, драпировки - Построение цилиндра и складки ткани - Организация композиции - Ведение штриха		
	Практические занятия № 7	2	
	- Рисунок геометрической фигуры с драпировкой - Построение заданной фигуры - Построение складок драпировки - Ведение штриха		
Тема 2.3. Рисунок интерьера помещения	**Содержание учебного материала**	1 2	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 8 - Изображение любого помещения - Построение перспективы - Композиционная организация предметов в листе - Ведение штриха		
	Практическое занятие № 9		
	Рисунок отдельных частей интерьера и общего плана интерьера. Рисунок натюрморта из крупных предметов в интерьере (в углу комнаты). Тональное решение. Зарисовки фрагментов интерьера.		
Тема 2.4.	**Содержание учебного материала**		ОК 1, ОК 3,

Рисунок натюрморта и пейзажа	**Лекционное занятие № 9**. Построение, рисунок Натюрморта - Различные способы изображения натюрмортов (постановок) - Композиция предметов в листе - Построение предметов согласно их геометрической принадлежности - Ведение штриха	1	ПК 4.1, 4.2.
	Практическое занятие № 10 - Различные пейзажы в окружающем мире (Городской, Сельский, Горный, Морской (Марина), Лесной, Городской, со Стаффажем) - Изображение Пейзажа - Построение композиции - Ведение штриха	2	
Тема 2.5. Изображение человеческой	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 11**. Краткосрочный набросок фигуры человека	1	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
фигуры	- Анатомия человека для художника - Ведение штриха - Построение головы человека - Компоновка головы в пространстве листа - Анатомия человека для художника - Ведение штриха		
	Практическое занятие № 11 - Отрисовка человеческой фигуры, группы фигур - Анатомия человека для художника - Ведение штриха - Компоновка головы в пространстве листа - Компоновка частей лица - Анатомия человека для художника - Ведение штриха	2	

	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Выполнение домашних рисунков по темам Краткосрочные зарисовки и наброски Работа с анатомическими таблицами, схемами Копирование академических рисунков (работ мастеров) Упражнения на отработку технических навыков работы простым карандашом (тональная растяжка) Краткосрочные зарисовки отдельных предметов быта близких по форме к геометрическим телам на закрепление правил перспективного и конструктивного построения	4	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
Раздел 3. **Живопись с основами цветоведения**		**17**	
Тема 3.1. Живопись пейзажа и натюрморта	**Содержание учебного материала**	1	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 12. - Пейзаж /лесной, горный, морской /марина/, сельский, городской/. - Пейзаж со стаффажем. - Живопись натюрморта - Живопись натюрморта в холодной, теплой гамме - Живопись Гризаль		
	Практическое занятие № 12		
	- Пейзаж акварелью	2	
	- Живопись натюрморт по представлению		
Тема 3.2. Этюды акварелью и гуашью	**Содержание учебного материала**	1	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 13. - Краткосрочные этюды - Этюды в холодной и теплой гамме - Разбор цветовых пятен этюда		
	Практическое занятие № 13	2	
	- Упражнения по акварели - Упражнения по гуаши		
Тема 3.3.	**Содержание учебного материала**		ОК 1, ОК 3,

Стилизация трав, цветов, растений. Стилизация животных	**Практическое занятие №14** - Стилизация трав, цветов, деревьев - История стилизации. Первобытный рисунок - Стилизация особенности, правила, упрощение формы, волшебный Мир стилизации. - Стилизация растений - Стилизация зверей, рыб и птиц	4	ПК 4.1, 4.2.
Тема 3.4. Колористика	**Содержание учебного материала**		ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
	Лекционное занятие № 14. - Цветоведение как наука. Теория цвета - Цвет как физическое явление - Цвет как психологическое явление - Холодная гамма - Теплая гамма - Ахроматические цвет	1	
	Практическое занятие № 15 - Природа цвета - Упражнения по выкраске	4	
	Самостоятельная работа обучающихся № 3 Творческая работа – задания, нацеленные на не тривиальное или ординарное решение объекта визуализации. Использование различных техник исполнения и методов интерпретации, в основном по представлению, воображению. Выставочная деятельность, нацеленная на реализацию творческого потенциала студента. Выставки самостоятельной работы студентов. Экскурсии на выставки, в музеи, картинные галереи (написание отчетов по результатам экскурсий).	2	ОК 1, ОК 3, ПК 4.1, 4.2.
Промежуточная аттестация	**Зачёт с оценкой.**		
ПаТТ		**4**	
	Всего	62	

2. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе требует наличия специальных учебных помещений для проведения всех видов занятий, в т.ч. учебных аудиторий для проведения теоретических занятий (лекций) и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, помещений для проведения лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации, соответствующим образом оснащенные помещения для самостоятельной работы студентов. Учебные помещения оснащены всем необходимым оборудованием: рабочие места преподавателя, обучающихся, технические и иные средства обучения.

Учебно-наглядные пособия: комплекс учебно-наглядных, дидактических и методических пособий, демонстрационный материал и документация, стенды плакаты, художественные альбомы. Сменная выставка художественных работ. CD и DVD-диски.

Технические средства: ноутбуки с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: 7 zip, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013), цветной принтер, переносной проектор, переносной телевизор с DVD-проигрывателем, аудиоколонки, DVD–диски.

2.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Печатные издания не используются. Дисциплина полностью обеспечена электронными изданиями.

Основные источники:

1. Скакова А.Г. Рисунок и живопись: учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517866
2. Барышников А.П. Основы композиции: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. П. Барышников, И. В. Лямин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 202 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5- 534-18150-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/534392
3. Жабинский В.И. Рисунок: учебное пособие / В. И. Жабинский, А. В. Винтова. – Москва: НИЦ ИНФРА - М, 2021. - 256 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: http://znanium.com. — Режим доступа: по подписке.

Дополнительные источники:

1. Барышников А. П. Перспектива: учебник / А. П. Барышников. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 178 с. URL: https://urait.ru/bcode/496170
2. Вибер Ж. Живопись и ее средства: практическое пособие / Ж. Вибер; переводчики Д. И. Киплик, Н. Пирогов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 171 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-15209-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520431
3. Котляров А.С. Композиция изображения. Теория и практика: учебное пособие для вузов / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 122 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14252- 5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544053

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. http://www.liber.rsuh.ru - Электронная библиотека РГГУАлександр Рыжкин. Как рисовать. https://www.youtube.com/@AlexanderRyzhkin 2. https://www.youtube.com/@user-yp1uo6lc9g
2. http://www.smallbay.ru/ Галерея шедевров живописи, скульптуры, архитектуры, мифология

3. https://www.pushkinmuseum.art/. Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина
4. http://louvre.historic.ru/collect/painting/index.shtml. Лувр (история, коллекции, виртуальная экскурсия)
5. http://www.znanium.com - ЭБС «Знаниум»
6. http://www.creatioart.ru – Креатив в любом формате
7. http://www.studio-magichands.ru – Художественная студия
8. http://www.graphic.org.ru/academia.html - График- об искусстве графики

3. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Умения:	
- самостоятельно ставить и решать задачи композиционных построений; - использовать выразительные возможности средств композиции и их свойства в рекламной деятельности; - разрабатывать композиции с помощью различных выразительных художественнографических средств; - 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; - 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;	- выполнение (проверка выполнения) графических работ; - выполнение вариативных практических заданий и графических работ - выполнение самостоятельных работ. Экспертной оценкой результатов деятельности обучающихся при выполнении практических занятий, самостоятельных работ является просмотр с оценкой. «Отлично» - регулярное посещение занятий, выполнение всех творческих заданий в течении семестра в объеме 90-100%, участие в дискуссиях на уроках. «Хорошо» - посещение занятий в течении семестра и выполнение живописных работ в объеме 70-80%, участие в дискуссиях на уроках. «Удовлетворительно» - не регулярное посещение занятий, выполнение творческих заданий в объеме 50-60%, работы не всегда раскрывают заданную тему. «Неудовлетворительно» - работы выполнены формально, не раскрывают тему, в объеме менее чем 40% за семестр. Промежуточной формой контроля являются зачет и экзамены. При плохой успеваемости студента преподаватель вправе дать дополнительное задание в виде написания реферата на заданную тему.
Знания:	
- сущность понятия «композиция», основные виды композиции, законы и свойства композиции; - законы визуального восприятия и принципы (правила, приемы и средства) организации композиции; - сущность понятия «образная выразительность», средства ее достижения с помощью различных изобразительных средств и приемов при создании рекламного продукта; - основные положения теории перспективы; - способы линейного построения объектов; - конструкцию светотени;	- устный опрос на лекциях / практических занятиях - проверка выполнения устных и письменных домашних заданий

- профессиональную методику выполнения графической работы; - приёмы графической стилизации; - пропорционирование головы, деталей лица, фигуры и её частей; - 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	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

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

1.1.Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина Информационные технологии в профессиональной деятельности является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама.

Учебная дисциплина входит в общепрофессиональный цикл дисциплин. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 02, ОК 03, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются следующие умения и знания.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 1.1 – ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.4, ПК 3.1 – ПК 3.4, ПК 4.1 – ПК 4.4, ОК 02, ОК 03, ОК 09	□ использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации; □ применять антивирусные средства защиты информации; □ читать (интерпретировать) интерфейс специализированного программного обеспечения, находить контекстную помощь, работать с документацией; □ применять специализированное программное обеспечение для сбора, хранения и обработки информации в соответствии с изучаемыми профессиональными модулями; □ пользоваться автоматизированными системами делопроизводства; □ применять методы и	□ основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации; □ назначение, состав, основные характеристики компьютера; □ основные компоненты компьютерных сетей, принципы пакетной передачи данных, организацию межсетевого взаимодействия; □ назначение и принципы использования системного и прикладного программного обеспечения; □ технологию поиска информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть Интернет); □ принципы защиты информации от несанкционированного доступа; □ правовые аспекты использования информационных

		технологий и программного обеспечения; основные понятия автоматизированной обработки информации;
	средства защиты информации.	– назначение, принципы организации и эксплуатации информационных систем; – основные угрозы и методы обеспечения информационной безопасности.
Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*		**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».		**ЛР 4**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности		
Готовность обучающегося соответствовать ожиданиям работодателей: ответственный сотрудник, дисциплинированный, трудолюбивый, нацеленный на достижение поставленных задач, эффективно взаимодействующий с членами команды, сотрудничающий с другими людьми, проектно мыслящий.		**ЛР 13**
Приобретение обучающимся навыка оценки информации в цифровой среде, ее достоверность, способности строить логические умозаключения на основании поступающей информации и данных.		**ЛР 14**
Уважительное отношения обучающихся к результатам собственного и чужого труда.		**ЛР 19**
Приобретение обучающимися опыта личной ответственности за развитие группы обучающихся.		**ЛР 21**
Приобретение навыков общения и самоуправления.		**ЛР 22**
Получение обучающимися возможности самораскрытия и самореализация личности.		**ЛР 23**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**106**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**100**
в том числе:	
теоретические занятия	**50**
практические занятия	**50**
самостоятельная работа	**6**
Промежуточная аттестация в форме: зачёта с оценкой	

2.1. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся**	***Объем в часах***	**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
1	***2***	***3***	5
Раздел 1. Информационные технологии в профессиональной сфере			
Тема 1.1. Понятие и сущность информационных систем и технологий	**Содержание учебного материала**	**10**	ПК 1.1 – ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.4, ПК 3.1 – ПК 3.4, ПК 4.1 – ПК 4.4, ОК 02, ОК 03, ОК 09
	Теоретическое занятие № 1. 1. Понятия информации, информационной технологии, информационной системы. Классификация и состав информационных систем. Понятие качества информационных процессов. Жизненный цикл информационных систем.		
	2. Применение информационных технологий в профессиональной деятельности. Способы обработки, хранения, передачи и накопления информации. Операции обработки информации. Общие положения по техническому и программному обеспечению информационных технологий.		
	Практическое занятие № 1.	**10**	
	«Анализ информационных систем и технологий, применяемых в профессиональной деятельности»		
Тема 1.2. Техническое обеспечение информационных технологий	**Содержание учебного материала**	**10**	ПК 1.1 – ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.4, ПК 3.1 – ПК 3.4, ПК 4.1 – ПК 4.4, ОК 02, ОК 03,
	Теоретическое занятие № 2. 1. Принципы классификации компьютеров. Архитектура персонального компьютера. Основные характеристики системных блоков и мониторов. Классификация печатающих устройств. Состав периферийных устройств: сканеры, копиры, электронные планшеты,		

	веб-камеры и т.д.		ОК 09
	Практическое занятие № 2.	**10**	
	«Персональный компьютер и его составные части. Тестирование устройств персонального компьютера с описанием их назначения».		
Тема 1.3. Программное обеспечение	**Содержание учебного материала**	10	ПК 1.1 – ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.4, ПК 3.1 – ПК
	Теоретическое занятие № 3. 1. Понятие платформы программного обеспечения. Сравнительная характеристика используемых платформ.		
Информационных технологий	**Теоретическое занятие № 4.** 1. Структура базового программного обеспечения. Классификация и основные характеристики операционной системы. Особенности интерфейса операционной системы. Программы – утилиты.	10	3.4, ПК 4.1 – ПК 4.4, ОК 02, ОК 03, ОК 09
	2. Классификация и направления использования прикладного программного обеспечения для решения прикладных задач, перспективы его развития.		
	Практическое занятие № 3.	**10**	
	«Прикладное программное обеспечение: файловые менеджеры, программы-архиваторы, утилиты».		
Тема 1.4. Компьютерные вирусы. Антивирусы. Защита информации в информационных системах	**Содержание учебного материала**	**5**	ПК 1.1 – ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.4, ПК 3.1 – ПК 3.4, ПК 4.1 – ПК 4.4, ОК 02, ОК 03, ОК 09
	Теоретическое занятие № 5. 1. Понятие компьютерного вируса, защиты информации и информационной безопасности. Принципы и способы защиты информации в информационных системах.		
	2. Характеристика угроз безопасности информации и их источников. Методы обеспечения информационной безопасности.		
	Практическое занятие № 4.	**10**	
	«Принципы защиты информации от несанкционированного доступа. Правовое обеспечение применения информационных технологий и защиты информации».		
	«Организация защиты информации на персональном компьютере».		

Раздел 2. Телекоммуникационные технологии		**15**	
Тема 2.1. Представления о технических и программных средствах телекоммуникационных технологий	**Содержание учебного материала**	**5**	ПК 1.1 – ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.4, ПК 3.1 – ПК 3.4, ПК 4.1 – ПК 4.4, ОК 02, ОК 03, О 09
	Теоретическое занятие № 6. 1. Интернет-технологии. Способы и скоростные характеристики подключения, провайдер. Поиск информации с использованием компьютера. Программные поисковые сервисы. Использование ключевых слов, фраз для поиска информации. Комбинации условия поиска. Передача информации между компьютерами. Проводная и беспроводная связь.		
	2. Методы создания и сопровождения сайта. Браузер. Примеры работы с интернет-магазином, интернет-библиотекой и пр. Поисковые системы. Пример поиска информации на государственных образовательных порталах. Осуществление поиска информации или информационного объекта в тексте, файловых структурах, базах данных, сети Интернет. Создание ящика электронной почты и настройка его параметров. Формирование адресной книги. Социальные сети. Этические нормы коммуникаций в Интернете. Интернет-журналы и СМИ.		
	Практическое занятие № 5.	**10**	
	«Работа с поисковыми системами, электронной почтой».		
	«Создание сайта-визитки средствами онлайн-редактора».		
	Самостоятельная работа	6	
	Всего	106	

Раздел 3. Информационные системы автоматизации профессиональной деятельности			
Тема 3.1 Технология работы с программным обеспечением автоматизации и проектирования Autodesk AutoCad	**Содержание учебного материала**		ПК 1.1 – ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.4, ПК 3.1 – ПК 3.4, ПК 4.1 – ПК 4.4, ОК 02, ОК 03, ОК 09
	Теоретическое занятие № 7. 1. Знакомство с интерфейсом графической среды AutoCad. Интерфейс. Особенности сохранения чертежей. Виды курсоров. Панели инструментов. Возможности объектной привязки. Маркеры. Строка состояний. Командная строка. Опции командной строки. Режимы ввода. Особенности выбора объектов.		
	2. Средства пространственной ориентации. Динамическая настройка визуального представления объектов. Пользовательские системы координат. Моровая система координат. Ввод координат.		
	Практическое занятие № 6	**5**	
	Практическое занятие «Работа с примитивами, создание элементарного чертежа: Команды построения элементарных геометрических элементов. Команды редактирования объектов. Простейшие элементы простановки размеров. Коды основных символов. Панель инструментов «Свойства объектов». Веса линий. Типы линий.»		
	Построение примитивов с помощью элементарных команд в графической среде AutoCad. Методы построения углов. Полилинии. Построение сопряжений в графической среде AutoCad. Многообразие примитивов графической среды AutoCad, их применение в чертежах. Создание слоев и особенности работы с ними. Объекты-ссылки. Создание и вставка блоков. Файлы-шаблоны		
	«Использование графической среды AutoCad в профессиональной области»		
Самостоятельная работа Систематическая работа с конспектами занятий, учебной и нормативной литературой Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. **Зачёт с оценкой**		**6**	
Всего:			

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должно быть предусмотрено следующее специальное помещение:

Учебная лаборатория «Информационных технологий в профессиональной деятельности», оснащенная необходимым для реализации программы учебной дисциплиныоборудованием, приведенным в п. 6.1.2.3 примерной основной образовательной программы по данной специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список можетбыть дополнен другими изданиями.

3.2.1 Основные электронные издания

1. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 355 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15930-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:
2. 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, 2024. — 546 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18341-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru
3. Советов, Б. Я. Информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5- 534-06399-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/
4. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

3.2.2. Основные электронные издания

1. Информационные технологии в 2 т. Том 1 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова ; под редакцией В. В. Трофимова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021.
2. — 238 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru
3. Информационные технологии в 2 т. Том 2 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова ; под редакцией В. В. Трофимова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021.
4. — 390 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03966-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/ .

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева (далее ЭБС) сайт www.library.timacad.ru
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - https://cyberleninka.ru/
3. Сетевая электронная библиотека аграрных вузов - https://e.lanbook.com/books

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

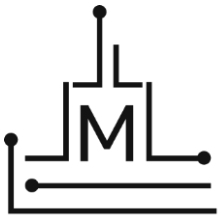
Результаты обучения	***Критерии оценки***	***Методы оценки***
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации – назначение, состав, основные характеристики компьютера – основные компоненты компьютерных сетей, принципы пакетной передачи данных, организация межсетевого взаимодействия – назначение и принципы использования системного и прикладного программного обеспечения – технология поиска информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" – принципы защиты информации от несанкционированного доступа – правовые аспекты использования информационных технологий и программного обеспечения – основные понятия автоматизированной обработки информации	– демонстрирует знания методов и средств обработки, хранения, передачи и накопления информации – демонстрирует знания назначения, состава, основных характеристик компьютера – описывает основные компоненты компьютерных сетей, принципы пакетной передачи данных, организацию межсетевого взаимодействия – демонстрирует знания и навыки работы в системном и прикладном программном обеспечении – демонстрирует владение технологией поиска информации в сети «Интернет»	– тестирование, устный опрос – экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью студента в процессе освоения учебной дисциплины
	демонстрирует правовые знания в области информационных технологий и программного обеспечения владеет основными понятиями в области автоматизированной обработки информации	
– назначение, принципы организации и эксплуатации информационных систем – основные угрозы и методы обеспечения информационной безопасности.	– демонстрирует знания назначения, принципов организации и	

	эксплуатации информационных систем – описывает основные угрозы и методы обеспечения информационной безопасности	
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
– использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации – применять антивирусные средства защиты информации – читать (интерпретировать) интерфейс специализированного программного обеспечения, находить контекстную помощь, работать с документацией – применять специализированное программное обеспечение для сбора, хранения и обработки информации в соответствии с изучаемыми профессиональными модулями – пользоваться автоматизированными системами делопроизводства – применять методы и средства защиты информации	– использует информационные ресурсы для поиска и хранения информации – применяет антивирусные средства защиты информации – демонстрирует умение работать с интерфейсом специализированного программного обеспечения – демонстрирует умения работать со специализированным программным обеспечением – умеет пользоваться автоматизированными системами делопроизводства – организует защиту информации известными методами и средствами	– экспертная оценка по результатам наблюдения за деятельностью студента в процессе выполнения практических работ и индивидуальных заданий

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.03 История экранных искусств

Специальности 42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.03. ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ 4

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 6

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ 15

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 17

1.1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины ОП.03. История экранных искусств

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

Рабочая программа дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по направлениям подготовки, специальностям и рабочим профессиям СПО, входящим в состав укрупненной группы 42.02.1. Реклама.

Рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина История экранных искусств входит в профессиональный цикл и является общепрофессиональной дисциплиной ОП 03.

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

Цель дисциплины – дать студентам целостное представление об истории русского и зарубежного изобразительного искусства, его основных деятелях и наиболее выдающихся произведениях, научить ориентироваться в художественных стилях и направлениях, определять жанр.

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.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 38 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки - 36 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 4 часа.

1.5. Результаты освоения программы дисциплины

Результатом освоения программы дисциплины История экранных искусств является овладение обучающимися общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	**Наименование результата обучения**
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в

	профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**38**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**36**
Теоретические занятия	**18**
Практические занятия	**18**
в том числе:	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**2**
Промежуточная аттестация в форме	
выполнение презентации подготовка к контрольной работе выполнение реферата выполнение тестовых заданий подготовка к промежуточной аттестации	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины История экранных искусств

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала, работа обучающихся**	***Объем в часах (очная форма обучения)***	**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
1	2	3	5
Введение	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 1.** Задачи и содержание учебной дисциплины «История изобразительного искусства», формирование у студентов профессиональных компетенций, ее роль в современном искусстве, рекламе и дизайне. Краткая характеристика основных разделов программы. Определение понятия «художественный стиль», «художественный образ». Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Раздел 1. Искусство первобытного общества		**1**	
Тема 1.1. Первобытное искусство.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 2.** Зарождение изобразительной деятельности человека в первобытном обществе. Периоды первобытного искусства. Особенности искусства палеолита: реалистичность, экспрессия, пластика, ритмика - на примере изображения животных в пещерах Фон-де-Гом (Франция), Альтаира (Испания). Другие виды искусства этого периода (скульптура, рельеф). Стилизация изображений в искусстве неолита.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Раздел 2. Искусство Древнего мира		**2**	

Тема 2.1. Искусство Древнего Египта.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 3.** Исторические, экономические и социальные условия формирования культуры Древнего Египта. Религиозно-мифологические представления египтян и их отражение в искусстве. Основные черты искусства Древнего Египта: каноничность, символичность, геометричность, массивность, сочетание стилизации и натуралистичности в одном изображении, устойчивость традиций и др. Периодизация искусства Древнего Египта. Важнейшие особенности искусства каждого периода при сохранении основных черт стиля на примере памятников архитектуры, скульптуры, живописи и декоративно-прикладного искусства.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.

Тема 2.2. Искусство Передней Азии	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 4.** Особенности эстетического мировоззрения народов Месопотамии. Памятники архитектуры Вавилона и Ассирии. Ассирийские рельефы – новый этап в развитии Древнего Востока.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
	Самостоятельная работа: выполнение презентации по теме «Искусство Древнего мира».		
Раздел 3. Античное искусство		**2**	
Тема 3.1. Искусство Древней Греции.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 5.** Эгейское искусство. Периоды Архаики, Классики. Каноны в архитектуре и скульптуре. Греческая керамика, вазопись.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 3.2 Искусство Древнего Рима.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 6.** Исторические условия возникновения культуры Древнего Рима. Периодизация искусства. Искусство этрусков. Искусство периода Империи – новый этап в развитии античного искусства. Важнейшие достижения римлян в архитектуре. Развитие римского скульптурного портрета. Фаюмские портреты.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
	Контрольная работа		

	Самостоятельная работа по разделу: подготовка к контрольной работе		
Раздел 4. Искусство Средних веков		**3**	
Тема 4.1 Искусство Византии.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 7.** Хронологическое и историческое понятия средневековья. Феодальный строй. Господствующая роль религии в искусстве. Своеобразие византийского искусства. Два типа христианских храмов: базилика и крестово-купольный. Храм святой Софии в Константинополе. Монументальная живопись. Принципы иконной композиции.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 4.2. Искусство раннего Средневековья.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 8.** Характерные особенности романского стиля в искусстве стран Западной Европы IX-XII вв. Синтез скульптуры и архитектуры. Стилистические черты романской скульптуры. Орнамент.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 4.3. Искусство позднего Средневековья.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 9.** Расцвет городской культуры. Готический стиль в искусстве позднего средневековья (XIII-XY вв.) и его характерные черты. Особенности готической архитектуры разных периодов. Роль готической скульптуры в архитектурном ансамбле.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
	Самостоятельная работа по разделу: выполнение реферата по темам «Искусство Средних веков», «Искусство Византии», «Искусство мозаики», «Готические витражи».		ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Раздел 5. Искусство стран Востока.		**2**	

Тема 5.1. Искусство Китая.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 10.** Традиционность и устойчивость художественного образа. Влияние конфуцианства и даосизма на различные области культуры и изобразительного искусства. Периоды Тан и Сун. Китайская картина – живописный свиток. Особенности китайского живописного пейзажа. Роль каллиграфии в живописи. Памятники архитектуры – Великая китайская стена, пагода Даяньта. Запретный город в Пекине. Храмовая скульптура, танская керамика, китайское прикладное искусство, изобретение фарфора.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 5.2. Искусство Японии.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 11.** Своеобразие развития культуры Японии. Три главных течения: синто, дзен и бусидо. Связь искусства живописи с искусством каллиграфии. Развитие жанровой и портретной живописи, стенописи, картин ин складных ширмах. Мелкая пластика – нецкэ. Творчество К. Хокусая и его влияние на творчество европейских художников XIX-XX веков. Японские буддийские пагоды – характерные сооружения японской архитектуры. Национальный вид ландшафтной архитектуры – японские сады. Традиционный японский дом, икебана	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
	Самостоятельная работа по разделу: выполнение презентаций по темам «Искусство Китая и Японии», «Терракотовое войско», «Вертикальный и горизонтальный свиток», «Деталь японского костюма нэцкэ», «Сады камней».		ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Раздел 6. Искусство эпохи Возрождения.		**7**	
Тема 6.1. Искусство Италии.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 12.** Общая характеристика эпохи Возрождения. Периодизация искусства Возрождения в Италии. Проторенессанс (XIII-XIY вв.). Художественная реформа живопись Джотто де Бондоне. Раннее Возрождение (XV в.).	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.

Тема 6.2. Раннее Возрождение.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 13.** Архитектура, скульптура, живопись. Творчество Брунеллески, Донателло, С. Боттичелли.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.

Тема 6.3. Высокое Возрождение.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 14.** Высокое Возрождение (конец XY-XYI вв.). Противоречивость культуры периода Высокого Возрождения: расцвет художественного мастерства в период фактического кризиса идеалов. Творчество Леонардо да Винчи, Рафаэля, Микеланджело.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 6.4 Искусство Позднего возрождения.	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 1.** Образ прекрасного, гармонически развитого, ситного духом и телом человека в творчестве художников: Джорджоне, Тициана.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 6.5. Искусство Северного Возрождения.	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 2.** Творчество Ян ванн Эйк, Босх, Брейгель.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 6.6. Немецкое Возрождение.	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 3.** Творчество А. Дюрер, Г. Гольбейн.	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
	Самостоятельная работа по разделу: Выполнение реферата по теме «Искусство эпохи Возрождения: творчество выдающихся художников эпохи Возрождения» Подготовка к аттестации		ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Раздел 7. Искусство Западной Европы XYII - XYIII веков		**6**	
Тема 7.1. Стиль барокко	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 4** Формирование стиля барокко. Ведущая в нём архитектуры. Создание монументальных ансамблей. Лоренцо Бернини – ансамбль площади собора св. Петра, королевская лестница Ватикана.	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.

Тема 7.2. Искусство Фландрии, Голландии, Испании.	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 5** Искусство Фландрии. Подчинение Фландрии испанскому абсолютизму. Сохранение власти католической церкви. Распространение стиля барокко на фламандское искусство. П.П. Рубенс, А. Ван-Дейк, Ф. Снейдерс. Искусство Голландии XYII века. Демократизация голландской культуры 1-ой половины XYII века. Расцвет станковой реалистической живописи. Франс Хальс, Рембрандт В.– Р., Я.В. Дельфтский, мастера голландского натюрморта. Искусство Испании XYII века. Народная основа испанской культуры. Общая характеристика испанского искусства XYII века. Расцвет живописи. Эль – Греко, Хосе Рибера, Сильва Диего Веласкес. Мировое значение испанской живописи XYII века.	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 7.3. Стиль рококо	**Практическое занятие № 6. Содержание учебного материала** Стиль Рококо, его идейные и художественные принципы. Архитектура рококо. Ведущая роль интерьеров, их декор. Живопись рококо.	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
	Самостоятельная работа по разделу: Выполнение тестовых заданий по темам «Стили и направления в искусстве XYII - XYIII веков», «Творчество выдающихся художников».		ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Раздел 8. Искусство Западной Европы XIX- XX веков.		**2**	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.

Тема 8.1. Искусство Западной Европы XIX века	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 15.** Множество художественных направлений в искусстве XIX века, их быстрая смена. Классицизм, идейные, и художественные принципы. Художник Д. Энгр. Романтизм. Связь его с революционно-демократическим движением эпохи. Обращение к современной жизни народа и национальной истории Теодор Жерико, Эжен Делакруа. Реализм – ведущее направление в искусстве XIX века. Массовое увлечение художников пейзажем. Новый творческий метод работы пленэре. Теодор Руссо, Добиньи, Камиль Коро и др. Критический реализм. Прогрессивная роль критического реализма, его борьба с официальным академическим салонным искусством. Густав Курбе, Оноре Домье. Импрессионизм. Увлечения художников проблемами мастерства, стремление запечатлеть реальный мир в его подвижности и изменчивости, передать свои мимолётные впечатления. Развитие пленэрной живописи. Творческие принципы импрессионизма. Эдуард Мане, Эдгар Дега, Опост Ренуар, Клод Моне. Постимпрессионизм. Поиски постоянных начал бытия, устойчивых материальных и духовных сущностей. Использование цветовых находок импрессионизма. Поль Сеззан, Винсент Ван Гог, Поль Гоген.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 8.2. Искусство Западной Европы XX века	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 16.** Возникновение новых художественных течений, отказ от реализма. Кубизм и футуризм П. Пикассо, Р. Делоне, Ф. Леже. Абстракционизм – беспредметное искусство: П. Мондриан, Д. Поллок, В. Кандинский. Сюрреализм: С. Дали, Х. Миро. Возникновение поп-арта (популярного искусства) как возврат к реальности (1956 г.). Дж. Сигал, Р. Раутенберг, Р. Лихтенштейн, Э. Цорхол.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.

	Гиперреализм. Оп-арт (оптическое искусство) – одна из поздних модификаций абстрактного искусства.		
	Контрольная работа (тест)		
	Самостоятельная работа по разделу: подготовка тестовых заданий по темам «Стили и направления искусства XX века», творчество выдающихся художников.		ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Раздел 9. Искусство России.		**12**	
Тема 9.1. Искусство Древней Руси.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 17.** Древнерусская архитектура, деревянное и белокаменное зодчество. Символика и цвет в иконе. Строение иконостаса. Московская школа живописи А. Рублев, фрески Дионисия. Феофан Грек.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 9.2. Искусство России XYIII века.	**Содержание учебного материала** **Лекционное занятие № 18.** Преобразования Петра I и их значение для развития русской гражданской архитектуры. Ведущая роль светского искусства. Основание и строительство Петербурга. Начало русского барокко. Д. Трезини – создатель нового архитектурного стиля. Зимний дворец. Смольный монастырь. Д. В. Ухтомский – колокольня Троице Сергиевой Лавры. Краткая характеристика живописи первой половины и середины XVIII века. Стремление к реализму. И. М. Никитин, Д. Матвеев, А. П. Антропов, И. Л. Аргунов.	1	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.

Тема 9.3. Стиль Классицизма	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 7.** Основание Академии художеств. Утверждение художественного стиля классицизма. Его национальное и историческое своеобразие. Архитектура. В. И. Баженов – Пашков дом, М. Ф. Казаков – здание Сената в Кремле, Колонный зал Дворянского собрания. И.Е. Старов – Смольный институт. Становление классицизма в русской живописи. Разделение живописи по жанрам. Ведущая роль исторической живописи. А.П. Лосенко. Расцвет портретного жанра во второй половине XYIII века. Интерес к интимному миру человека. Ф.С. Рокотов, Д.Г. Левицкий	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 9.4. Искусство России XIX-XX века.	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 8.** Национальный и гражданский подъем русского – искусства в период Отечественной войны 1812 года. Резкий перелом в культуре после окончания войны и разгрома декабрьского восстания. Архитектура классицизма. Строгость и лаконичность форм. Синтез архитектуры и скульптуры. Архитектура Петербурга. Архитектура Москвы. Живопись. Реалистический портрет: О.В. Кипренский, В.А. Тропинин. Пейзаж: Сильвестр Щедрин. Бытовая живопись: А.Г. Венецианов. Традиции академического классицизма и романтизма в творчестве К.П. Брюллова. Гуманистические идеи в живописи А.А. Иванова. Бытовой жанр критического направления художника А.А. Федотова (1815 – 1852). Организация Артели художников и создание Товарищества передвижных и художественных выставок (1870). Демократизм, народность и идейность искусства передвижников.	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.

Тема 9.5. Художественные объединения начала XX века.	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 9.** Возникновение различных художественных группировок. В.А. Серов, В.Д. Поленов, И.И. Левитан. Борьба направлений в русском искусстве на рубеже XX века. М.А. Врубель, К. Коровин. Различные творческие объединения и группировки. Объединение «Мир искусства» - принцип эстетизации действительности. А. Бенуа, Л.С. Бакст, К.А. Сомов, И. Билибин, К. Коровин и др. «Голубая роза». «Бубновый валет».	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Тема 9.6. Социалистический реализм.	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 10.** Социалистический реализм в живописи и скульптуре XX века. Работы Б. Иогансона, С. Герасимова, Ю. Пименова, А. Пластова. Портретная живопись. М.В. Нестерова и П.Д. Корина. Скульптура. В.И. Мухина «Рабочий и колхозница». Андеграунд. Э. Неизвестный, О. Рабин, И. Кабаков, Д. Краснопевцев, М. Шемякин. Выставка «30 лет МОСХ» в Манеже в 1964 г., «Бульдозерная выставка» 1974 г.	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
	Самостоятельная работа по разделу: Выполнение рефератов на тему: «Русское барокко в архитектуре Петербурга и Москвы», «Русский парадный портрет», «Стили и направления в искусстве России XX века», творчество выдающихся художников. Подготовка к аттестации.	2	ОК.01- ОК.11 ПК 1.1-ПК 1.2.
Всего:		**38**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины История экранных искусств требует наличия учебного кабинета рисунка, живописи и истории изобразительного искусства.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска. Мольберты – 22 шт.

Учебно-наглядные пособия: Комплекс учебно-наглядных, дидактических и методических пособий, демонстрационный материал и документация, стенды плакаты, художественные альбомы. Сменная выставка художественных работ. CD и DVD-диски.

Технические средства: ноутбуки с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: 7 zip, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013), цветной принтер, переносной проектор, переносной телевизор с DVD- проигрывателем, аудиоколонки, DVD–диски.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Печатные издания не используются. Дисциплина полностью обеспечена электронными изданиями.

Основные электронные издания:

1. Вёльфлин Г. Основные понятия истории искусств / Г. Вёльфлин ; переводчик А. А. Франковский. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 296 с. URL: https://urait.ru/bcode/493309
2. Дубровин В. М. Основы изобразительного искусства: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. М. Дубровин; под научной редакцией В. В. Корешкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 360 с. URL: https://urait.ru/bcode/495797
3. Ильина Т. В. История искусства: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 203 с. URL: https://urait.ru/bcode/494951
4. Сокольникова Н. М. История изобразительного искусства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. М. Сокольникова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 405 с. URL: https://urait.ru/bcode/496739

Дополнительные электронные издания:

1. Ильина Т. В. История отечественного искусства. От крещения Руси до начала третьего тысячелетия: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 354 с. URL: https://urait.ru/bcode/493485
2. История искусств. Эпохи и образы: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина, Л. В. Дмитриева. - М: Издательство Юрайт, 2019. URL: https://urait.ru/bcode/441304
3. Кон-Винер Э. История стилей изобразительных искусств / Э. Кон-Винер. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 199 с. URL: https://urait.ru/bcode/497007

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. http://www.window.edu.ru - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования

3. http://www.liber.rsuh.ru - Электронная библиотека РГГУ
4. http://www.znanium.com - ЭБС «Знаниум»
5. http://ru.wikipedia.org
6. http://www.artprojekt.ru
7. http://www.arthistory.ru
8. http://artyx.ru
9. http://smallbay.ru
10. http://www.impressionism.ru
11. http://vangogh-world.ru
12. http://www.hermitagemuseum.or
13. http://www.museum-online.ru
14. http://www.artsait.ru
15. http://ancientrome.ru
16. http://3darchaeology.3dn.ru
17. http://rembr.ru
18. http://rybens.ru
19. http://titian.ru http://klimt.ru
20. http://www.pablo-ruiz-picasso.ru
21. http://www.lascaux.culture.fr
22. http://gaudi-barselona.ru
23. http://www.casabatllo.cat

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Умения:	
- использовать свои знания в профессиональной деятельности;	Экспертная оценка результатов деятельности, обучающихся при выполнении тестирования, контрольных работ, различных видов внеаудиторной самостоятельной работы. Промежуточной формой контроля является аттестация с оценкой
Знания:	
- характерные черты художественных стилей различных исторических эпох; - творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов.	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 Рекламная деятельность

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

Содержание

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.11. РЕКЛАМНАЯ МДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины Рекламная деятельность является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 **Реклама** (базовой подготовки).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована при разработке программ:

- дополнительного профессионального образования в области рекламы;
- профессиональной подготовки / переподготовки работников в области рекламы.

1.2. Место учебной дисциплины в учебном плане

Дисциплина «Рекламная деятельность» входит в профессиональный цикл как общепрофессиональная дисциплина и направлена на формирование общих компетенций:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 3.1-ПК 3.3	выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации составлять ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу рекламодателя	типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; 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. 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.

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

Цель учебной дисциплины Рекламная деятельность - сформировать у студентов профессиональный взгляд на рекламную деятельность, представления о ее целостности, и тенденциях развития, с учетом *компетенции «Реклама»*.

В рамках учебной дисциплины Рекламная деятельность рассматриваются основы рекламного процесса, как части маркетинговых коммуникаций, этапы становления рекламы, ее социально-правовые аспекты и виды регулирования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

уметь:

- определять и классифицировать рекламу;
- применять полученные знания в практической реализации поставленных задач в соответствии с *компетенцией «Реклама»*;
- работать с нормативными документами в области рекламы;
- выстраивать каналы рекламной коммуникации в соответствии с *компетенцией «Реклама»*;
- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности в соответствии с *компетенцией «Реклама»*;
- планировать рекламную деятельность в сфере реализации торговой марки.

знать:

- цели, цели и функции рекламы, роль, сферу применения;

- участников рекламной деятельности и их функции;
- классификацию рекламы;
- процесс рекламной коммуникации;
- виды и формы рекламы, рекламные кампании в соответствии с *компетенцией «Реклама»*;
- методы оценки эффективности рекламы в соответствии с *компетенцией «Реклама»*.

1.4. **Использование часов вариативной части ОП**

Программа учебной дисциплины является вариативной частью образовательной программы по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама».

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**108**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**102**
в т.ч. в форме практической подготовки	
теоретическое обучение	34
практические занятия	66
самостоятельная работа	2
Консультации	2
Промежуточная аттестация	4
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.04. Рекламная деятельность

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, работа обучающихся	Объем часов (очная форма обучения)	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1. Введение	**Содержание учебного материала:** 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».		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.
	Лекционное занятие № 1	2	
	Практическое занятие №1	6	
	Самостоятельная работа №1		
Тема 2. Понятие, сущность и роли рекламы	**Содержание учебного материала:** Реклама как элемент комплекса продвижения услуг и товаров. Основные задачи рекламы. Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения услуг и товаров. Роли рекламы для бизнеса.		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.
	Лекционное занятие № 2	2	
	Практическое занятие № 2	6	
	Самостоятельная работа № 2		
Тема 3. Протореклама	**Содержание учебного материала:** Основные этапы развития рекламы. Протореклама. Основные исторические этапы и тенденции развития отечественной и зарубежной рекламы.		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.

	Лекционное занятие № 3	3	
	Практическое занятие № 3	6	
	Самостоятельная работа № 3		
Тема 4. История рекламы. Реклама в Средневековье	**Содержание учебного материала:** Основные исторические этапы и тенденции развития отечественной и зарубежной рекламы. История рекламы 20 век. Основные исторические этапы и тенденции развития отечественной и зарубежной рекламы.		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.
	Лекционное занятие № 4	3	
	Практическое занятие № 4	6	
	Самостоятельная работа № 4		
Тема 5. Цели и функции рекламы	**Содержание учебного материала:** Цели рекламы. Высшая цель рекламы. Функции рекламы.		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.
	Лекционное занятие № 5	4	
	Практическое занятие № 5	6	
	Самостоятельная работа № 5		
Тема 6. Модели рекламного воздействия	**Содержание учебного материала:** Сущность и основные виды информационных моделей рекламного воздействия: AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.
	Лекционное занятие № 6	4	
	Практическое занятие № 6	6	
	Самостоятельная работа № 6		
Тема 7. Участники рекламного процесса	**Содержание учебного материала:** Участники рекламной деятельности: рекламодатели, рекламные агентства, средства массовой информации, вспомогательные участники рекламной деятельности. Основные направления деятельности и функции. Классификация рекламных агентств по двум признакам: объему предоставляемых услуг и направлению бизнеса. Агентства с полным циклом услуг. Специализированные агентства. Креативные агентства. Персонал рекламных агентств. Объединения рекламных агентств, рекламодателей и рекламораспространителей в мире и в России. Органы регулирования и саморегулирования на российском рекламном рынке.		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.

	Лекционное занятие № 7	4	
	Практическое занятие № 7	6	
	Самостоятельная работа № 7		
Тема 8. Классификация рекламы	**Содержание учебного материала:** 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. 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. Телевизионная реклама, ее виды. Спонсорство на ТВ. Специфика каналов вещания. Основные показатели эффективности телевизионной рекламы. Классификация печатных изданий. Основные маркетинговые показатели печатных изданий. Реклама в глянцевых, еженедельных и ежедневных изданиях. Специализированная пресса. Региональная пресса. Корпоративные издания. Реклама на радио, ее виды. Основные показатели эффективности радиорекламы. Виды рекламы на транспорте. Водный, воздушный, наземный, подземный транспорт и реклама. Виды наружной рекламы. Виды Интернет-рекламы.		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.
	Лекционное занятие № 8	4	
	Практическое занятие № 8	8	
	Самостоятельная работа № 8		
Тема 9. Рекламная коммуникация	**Содержание учебного материала:** Понятие «коммуникация», ее участники, цели. Схема коммуникации. Естественные каналы коммуникации. Устная коммуникация. Искусственные каналы коммуникации. Документная коммуникация. Электронная коммуникация.		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.

	Коммуникационные барьеры. СМИ в системе коммуникационных каналов. Мультимедийная коммуникационная культура. Рекламная коммуникация как сложный механизм взаимодействия рекламного сообщения и потребителя. Рекламная пирамида. Суггестия, вербальные и невербальные средства суггестии в рекламе.		
	Лекционное занятие № 9	4	
	Практическое занятие № 9	8	
	Самостоятельная работа № 9		
Тема 10. Рекламное планирование	**Содержание учебного материала:** Рекламная кампания и этапы планирования. Классификация рекламных кампаний. Коммуникационные кампании. Основные методы разработки рекламного бюджета, их особенности и принципы разработки. Многозначность понятия “эффективность рекламы”. Эффективность рекламной деятельности, эффективность рекламной кампании, эффективность рекламного сообщения.		ОК 1-ОК11 ПК 3.1.-ПК 3.3.
	Лекционное занятие № 10	4	
	Практическое занятие № 10	8	
	Самостоятельная работа № 10	2	
Промежуточная аттестация		экзамен	
ПАтт		4	
Консультация		2	
Итого		**108**	

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия:
- учебного кабинета Социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект заданий для проведения текущего контроля знаний;
- комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:
- компьютер с выходом в Интернет;
- программное обеспечение MS Office, Windows Media Player, Internet Explorer;
- интерактивная доска.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 19.04.2025).

2. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510712 (дата обращения: 19.04.2025).

3. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511792 (дата обращения: 19.04.2025).

4. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 19.04.2025).

5. 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/519425 (дата обращения: 19.04.2025).

Основные электронные издания

1. Сайт "Индустрия рекламы"- https://adindustry.ru/
2. Словарь маркетолога, блог - https://roistat.com/rublog/
3. Блог об эффективном продвижении - https://lpgenerator.ru/blog

4. Портал о рекламе, маркетинге и PR - https://www.sostav.ru/
5. Бизнес СМИ. Новости продвижения и рекламы - https://adindex.ru/
6. Сайт «Энциклопедия Рекламных Знаний» - www.reklamist.com
7. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение - http://www.iaa.ru/
8. Сайт о рекламе - www.AdVesti.ru
9. Сайт «Креативная реклама» - www.adme.ru
10. Большая энциклопедия рекламы - http://bigadvenc.ru/
11. Все о рекламе, маркетинге и PR - http://www.advertology.ru/

Дополнительные источники

1. 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. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512454 (дата обращения: 19.04.2025).

2. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511517 (дата обращения: 19.04.2025).

3. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511272 (дата обращения: 19.04.2025).

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 ДИСЦИПЛИНЫ.

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения занятий, а также выполнения обучающимися самостоятельных заданий.

Результаты обучения	**Критерии оценки**	**Методы оценки**
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины приемы и методы современных рекламно- коммуникативных технологий нормативные правовые документы о рекламе виды рекламы и основы организации рекламной деятельности требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам приемы и методы делового общения и ведения переговоров устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернеат, печатных изданий и	Обучающийся демонстрирует знание - характерных черт и механизмов действия современного рекламного предприятия; - особенности управления рекламной деятельностью; - структуры рекламного процесса; - основ деятельности участников рекламного рынка	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов практических занятий. Тестирование. Экзамен.
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации составлять ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу	-применяет методы рекламного менеджмента; - различает рекламу как процесс и как продукт; - планирует рекламную кампанию; - оценивает эффективность рекламы; - контролирует рекламную	наблюдение и оценка при выполнении устной и письменной работы, экзамен; наблюдение и оценка при выполнении практической работы, дифференцированный зачёт

рекламодателя	деятельность; - разрабатывает схемы рекламной деятельности	-аудиторная работа: составление плана-конспекта; аудиторная работа с лексикой и текстами; -- изложение изученной информации, пересказ текста
Результаты обучения	**Показатели освоенности компетенций**	**Методы оценки**
Знает: приемы и методы современных рекламно- коммуникативных технологий нормативные правовые документы о рекламе виды рекламы и основы организации рекламной деятельности требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам приемы и методы делового общения и ведения переговоров устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернеат, печатных изданий и т.д.	Обучающийся демонстрирует знание - характерных черт и механизмов действия современного рекламного предприятия; - особенности управления рекламной деятельностью; - структуры рекламного процесса; - основ деятельности участников рекламного рынка	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении и защите результатов практических занятий. Тестирование. Экзамен.
Умеет: выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации составлять ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу	Обучающийся демонстрирует умения: -применять методы рекламного менеджмента; - различать рекламу как процесс и как продукт; - планировать рекламную	наблюдение и оценка при выполнении устной и письменной работы, дифференцированный зачёт; наблюдение и оценка при выполнении практической работы,

рекламодателя	кампанию; - оценивать эффективность рекламы; - контролировать рекламную деятельность; - разрабатывать схемы рекламной деятельности	дифференцированный зачёт -аудиторная работа: составление плана-конспекта; аудиторная работа с лексикой и текстами; -- изложение изученной информации, пересказ текста

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.05. РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

Содержание

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.05. РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ 4

2. 2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 6

3. 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ 11

4. 12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.05. Русский язык и культура речи является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 04, ОК 05, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
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 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 3.2	- отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.	- 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
ПК 4.3	- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов	- 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;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**76**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**68**
в т. ч.:	
теоретическое обучение	34
практические занятия	32
Самостоятельная работа	4
Консультации	2
Промежуточная аттестация зачёт с оценкой	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.05. Русский язык и культура речи

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся**	***Объем в часах (очная форма обучения)***	**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
1	***2***	***3***	***5***
Раздел 1. Язык и речь.			
Тема 1. Язык и речь.	**Содержание учебного материала**	**8**	ОК 05, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 1. 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.	2	
	2. Понятие культуры речи, качества хорошей речи (богатство словарного запаса, правильность, точность, выразительность, чистота, уместность употребления языковых средств). Культура речи в рекламе.	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	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	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Раздел 2. Текст и его структура.		**8**	
Тема 2. Текст и его структура	**Содержание учебного материала**		ОК 05, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 2. Основные признаки текста. Текст и его структура. Типы текста.	4	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие №3. Развитие речи. Создание текстов разных типов.	2	
	Практическое занятие №4. Создание слоганов и рекламных текстов, работа в группах.	2	

	Самостоятельная работа обучающихся		
Раздел 3. Функциональные стили литературного языка. Тема 3. Функциональные стили литературного языка.	**Содержание учебного материала**	**10**	ОК 04, ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 3. 1. Характеристика стилей устной и письменной речи. Сфера употребления функциональных стилей.	2	
	2. Выявление особенностей художественного, публицистического и научного текстов, использование этих особенностей в создании рекламы. Разговорный стиль в рекламе.	2	
	В том числе практических занятий		
	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	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Раздел 4. Лексика и лексикология. Фразеология.		**8**	
Тема 4. Лексика и лексикология. Фразеология.	**Содержание учебного материала**	**8**	ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 4. Лексикология и фразеология. Изобразительно - выразительные возможности лексики и фразеологии в рекламе.	4	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие №8. Лексические и фразеологические ошибки. Их исправление.	2	
	Практическое занятие №9. Составление рекламных слоганов. Групповая работа.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Раздел 5. Фонетика и орфоэпия.		**6**	
Тема 5. Фонетика и орфоэпия.	**Содержание учебного материала**	**6**	ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 5. 1. Звуки речи. Орфоэпические нормы. Фонетические средства речевой выразительности.	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.	1	
	3. Трудные случаи орфоэпии. Работа с текстами.	1	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие №10. Анализ поэтических текстов с точки зрения использования средств звуковой выразительности.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Раздел 6. Морфемика. Словообразование.		**7**	
Тема 6. Морфемика. Словообразование.	**Содержание учебного материала**		ОК 04, ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 6. **1.** Состав слова. Способы словообразования.	4	
	2. Определение способов словообразования предложенных слов. Выявление словообразовательных и формообразовательных ошибок.		
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие №11. Необычные случаи словообразования в рекламе. Составление слоганов, реклама товаров.	2	
	Практическое занятие №12. Деловая игра «Заказчик и исполнитель»	1	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 7. Орфография. Морфология.		**9**	
Тема 7. Орфография. Морфология.	**Содержание учебного материала**		ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 7. 1. Принципы русской орфографии. Нормы правописания различных орфограмм. Части речи.	1	
	2. Имя существительное. Нормативное употребление имени существительного. Имя прилагательное. Нормативное употребление имени прилагательного.	1	
	3. Имя числительное. Местоимение. Глагол и глагольные формы. Нормативность употребления. Работа с текстами.	1	
	4. Нормы употребления служебных частей речи. Работа с текстами.	1	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие №13. Специфика использования имен прилагательных в рекламном тексте.	1	
	Практическое занятие №14. Работа по составлению рекламных текстов, используя описательный потенциал прилагательных.	1	

	Практическое занятие №15. Числительные и единицы измерения в профессиональной деятельности.	1	
	Практическое занятие №16. Составление прайса (прейскуранта цен) услуг рекламного агентства с использованием составных и сложных числительных.	1	
	Практическое занятие №17. Исправление в предложенных текстах речевых ошибок, связанных с ненормативным употреблением самостоятельных и служебных частей речи.	1	
Раздел 8. Синтаксис. Основные синтаксические единицы: словосочетание, предложение.		**5**	
Тема 8. Синтаксис. Основные синтаксические единицы: словосочетание, предложение.	**Содержание учебного материала**		ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 8. 1. Словосочетание. Строение и употребление. Простое предложение. Строение, употребление.	1	
	2. Сложное предложение. Виды. Структура. Знаки препинания. Выразительные возможности русского синтаксиса.	1	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие №18. Исправление в предложенных текстах ошибок, связанных с согласованием, управлением, порядком слов.	1	
	Практическое занятие №19. Редакционная правка текста. Исправление лексических недочетов, ненормативного употребления частей речи, нарушение синтаксических норм. Групповая работа.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве.		**15**	
Тема 9 Риторика – наука об ораторском искусстве.	**Содержание учебного материала**		ОК 04, ОК 05, ПК 09, ПК.3.2, ПК.4.3
	Лекционное занятие № 9. Риторика как наука. Риторика в Древней Греции и Древнем Риме. Ораторство в России. Ораторское искусство в современном мире. Навыки оратора, которыми должен владеть профессионал.	4	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие №20. Деловая игра «Духовно-нравственные основы ораторской речи».	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	**4**	
Консультации		**2**	
ПАтт		**4**	
Всего:		**76**	

.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

2.3. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Социально-гуманитарных дисциплин»**,** оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

2.4. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

2.4.1. Основные электронные издания

1. Голубева А.В. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт, 2020.
2. Самсонов Н.Б. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт, 2020.

2.4.2. Дополнительные электронные издания

1. http://rus.1september.ru / Журнал «Русский язык» проекта Школа цифрового века
2. http://www.alleng.ru/edu/ruslang1.htm/ Образовательные ресурсы Интернета - Русский язык
3. http://www.slovari.ru/default.aspx?p=244/Словари русского языка
4. http://rusgram.narod.ru/ Русская грамматика
5. http://ruscorpora.ru/search-main.html/ Национальный корпус русского языка
6. http://www.ruslang.ru/ Институт русского языка имени В.В. Виноградова (ИРЯ РАН)
7. http://www.gramota.ru/ Электронный ресурс справочно-информационного интернет-портала Русский язык»
8. http://www.gramma.ru/ Русский язык: говорим и пишем правильно - ресурс о культуре письменной и устной речи
9. http://cultrechi.narod.ru/ «Грамотная речь или учимся говорить по-русски». Словари, ссылки.
10. http://rostest.runnet.ru/ Сборник тестов по русскому языку, регистрация.

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	**Критерии оценки**	**Методы оценки**
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		

– 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-		- оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: диктанты, сочинения, практические работы, самостоятельные работы, тесты, работа с текстами, защита проектов, деловая игра, зачет <u>Методы оценки результатов обучения:</u> – мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.

смысловые типы речи, функциональные стили литературного языка, сферу их использования, их языковые признаки, особенности построения текста разных стилей; правила речевого общения, виды аргументации.		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		

– 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;	– Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. – Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. – Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. – Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. – Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности. – Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. – Брать на себя ответственность за работу членов команды	- оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: диктанты, сочинения, практические работы, самостоятельные работы, тесты, работа с текстами, защита проектов, деловая игра, зачет <u>Методы оценки результатов обучения:</u> – мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.
– различать предложения простые и сложные, простые осложненные, прямую речь и слова автора, цитаты; – пользоваться багажом синтаксических средств при создании собственных	(подчиненных), результат выполнения заданий. – Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием,	

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 дискутивно-полемической речи.	осознанно планировать повышение квалификации. − Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. − 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	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06. Психология в рекламе

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

Содержание

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04. Психология в рекламе	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06. ПСИХОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины ОП.06 Психология в рекламе предназначена для изучения психологии в рекламе в пределах освоения основной профессиональной образовательной программы СПО (ОПОП СПО) на базе основного общего образования при подготовке специалистов среднего звена (ППССЗ) социально-экономического профиля.

Программа разработана в соответствие с:

- *Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама от 12.05.2014 № 510;*
- *учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама*.

1.2. Место учебной дисциплины в учебном плане

Учебная дисциплина ОП.04 Психология в рекламе входит в состав общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Цели, задачи и результаты освоения учебной дисциплины

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

- осмысливать различные социально-психологические явления, опираясь на научные принципы психологии рекламы;
- использовать знания об основных направлениях психологии рекламы в профессиональной деятельности.

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

- о становлении психологии рекламы как отрасли психологического знания;
- об особенностях и возможностях психологии рекламы;
- об основных положениях психологии рекламы.

Учебная дисциплина ОП.06 Психология в рекламе направлена на реализацию следующих компетенций:

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

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

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

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

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

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

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

Код ПК	Умения	Знания
ПК.1.1	● производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; ● анализировать каналы коммуникации в соответствии	● способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; ● аудиторию различных средств рекламы; ● формы и

	характеристикам аудитории; доводить информацию заказчика до целевой аудитории;	методы работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на
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	важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.

	организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; ● использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; ● использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**42**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**38**
в том числе:	
лекционные занятия	20
практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающегося	**4**
Промежуточная аттестация в форме: тестов, билетов, презентаций и др.	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.06. Психология в рекламе

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, работа обучающихся	*Объем в часах*	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Модуль 1. Общетеоретические проблемы психологии рекламы		**22**	
Тема 1.1. Реклама: понятие и функции, цели и виды.	**Содержание учебного материала:** Понятие «маркетинга», «рекламы». Цели и функции рекламы, виды рекламы, способы ее воздействия и выражения. Рациональная и эмоциональная реклама. «Жесткая» и «мягкая» реклама. Имиджевая реклама. Стимулирующая реклама. Реклама стабильности. Внутрифирменная реклама. Реклама в целях расширения сбыта продукции. Увещевательная, сравнительная, напоминательная, подкрепляющая, превентивная, информирующая реклама. Целевой рынок. Психологическая структура рекламной деятельности. Творческая стратегия рекламной деятельности		ПК.1.3 ОК.01-ОК.08.
	Лекционные занятия	4	
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа		
Тема 1.2. Роль психологических процессов в формировании рекламных образов	**Содержание учебного материала:** Когнитивный компонент рекламы. Ощущения и восприятие в рекламе. рекламный образ. Внимание, память и мышление в рекламе. Эмоциональный и поведенческий компоненты в рекламе.		ПК 1.3. ОК.01-ОК.08
	Лекционные занятия	4	
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа		
Тема 1.3. Психология мотивации в рекламе	**Содержание учебного материала:** Установка. Доминанта. Стереотип. Стереотипы восприятия, мышления и поведения. Отрицательный		ПК 1.1. ПК 1.3. ОК.01-ОК.08

	и положительный стереотипы. Нейтральный стереотип. Потребности в рекламе. Иерархия потребностей. Объективная потребность. Осознанная потребность. Мотивы в рекламе. Потребительские, эмоциональные, рациональные, эстетические, утилитарные мотивы. Мотивы престижа, уподобления и мотивы моды. Самоутверждения, мотивы традиции		
	Лекционные занятия	4	ПК 2.1. ОК 0.1 ОК.01-ОК.08
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа		
Модуль 2. Прикладные вопросы психологии рекламных средств		**4**	
Тема 2.1. Прикладные вопросы психологии рекламных средств	**Содержание учебного материала:** Психотехнология рекламных средств без обратной связи Психотехнология рекламного текста без обратной связи Психотехнология рекламных средств с обратной связью Психология корпоративной символики Психология света, цвета и формы в рекламе. Психотехнологии торговых ярмарок и выставок		ОК.01-ОК.08
	Лекционные занятия	2	
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа		
Модуль 3. Проблемы психологической эффективности рекламы		**16**	
Тема 3.1. Психологическая эффективность рекламы	**Содержание учебного материала:** Проблемы эффективности рекламы. Ранговая методика расчета эффективности рекламы		ПК.2.1- ПК.2.2. ОК.01-ОК.08
	Лекционные занятия	2	
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа		
Тема 3.2. Метод фокусгрупп в исследовании потребительских интересов в рекламе.	**Содержание учебного материала:** Фокус-группа, групповая дискуссия. Рекрутирование участников фокусгруппы. Обычные способы рекрутирования. Психологические особенности		ПК 2.1. ПК 2.2 ОК 0.1. ОК 0.4 ОК 0.5

	поведения ведущего фокус-группы. Психологические типы участников фокус-групп. Эффективности работы фокус-групп.		
	Лекционные занятия	4	.
	Практические занятия.	4	
	Самостоятельная работа	4	
Итого		**42**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению реализации общеобразовательной дисциплины.

Реализация программы дисциплины осуществляется в учебном кабинете, оборудованном:
-рабочими местами по количеству обучающихся;
-рабочим местом преподавателя.
Технические средства обучения:
- компьютер;
- мультимедиапроектор;
- учебные видеофильмы.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные электронные издания:

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468786

2. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/448838

Дополнительные электронные издания:

1. Гуревич П. С. СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ В 2 Т. ТОМ 1 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] : Российская академия наук (г. Москва). , 2019 - 289 - Режим доступа: https://urait.ru/book/sociologiya-i-psihologiya-reklamy-v-2-t-tom-1-442408

2. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности : Учебник [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2020 - 442 - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=358546 3. Коноваленко М. Ю., Ясин М. И. ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И PR. Учебник для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] , 2019 - 393 - Режим доступа: https://urait.ru/book/psihologiya-reklamy-i-pr- 432096

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины включает результаты текущего контроля и промежуточной аттестации, включая оценку заданий для внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Критерии оценки**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**: - осмысливать различные социально-психологические явления, опираясь на научные принципы психологии рекламы; - использовать знания об основных направлениях психологии рекламы в профессиональной деятельности. В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**: - о становлении психологии рекламы как отрасли психологического знания; - об особенностях и возможностях психологии рекламы; - об основных положениях психологии рекламы.	Отлично»- теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работать с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки. «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.	Оценка и анализ практических заданий, и внеаудиторной самостоятельной работы, тестирование.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07. Копирайтинг

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.07. КОПИРАЙТИНГ 4

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 6

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ 11

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.07. КОПИРАЙТИНГ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины Копирайтинг является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама.**

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина входит в профессиональный цикл, относится к общепрофессиональным дисциплинам.

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

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

- технологии работы с рекламной информацией;
- особенности рекламных текстов;
- элементы психологического воздействия рекламных текстов;
- структуру копирайтинга как профессиональной деятельности.

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

- классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы;
- моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной компании.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование следующих общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	60
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	56
в том числе:	
Лекционные занятия	20
Практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
Промежуточная аттестация в форме тестов, билетов, презентации и др.	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	4	6
Тема 1. **Рекламный текст.** **Структура вербальной части рекламы. Маркетинговая информация в рекламном тексте**	**Содержание учебного материала**		
	Теоретическое занятие № 1. **Место рекламы в культуре XXI века**. Понятие рекламного текста Требования к тексту. Соблюдение требования точности речи в тексте: фактические и логические ошибки. Соблюдение требования правильности и уместности речи в тексте: лексические, грамматические и синтаксические ошибки Основные компоненты рекламного текста. Слоган. Заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ). Эхо-фраза	4	ОК1-ОК 11 ПК.1.1-ПК 1.2.
	Практические занятия:		
	Практическое занятие № 1. Анализ ошибок в рекламных текстах и их редактирование	4	ОК1-ОК 11 ПК.1.1-ПК 1.2.
	Практическое занятие №2. Компонентный разбор рекламного текста по выбору	2	
	Практическое занятие №3. Выявление роли заголовка в рекламе. Освоение приёмов, повышающих эффективность заголовков	2	

Тема 2. Интралингвистические особенности и стилистика рекламы	**Содержание учебного материала**	**12**	
	Теоретическое занятие № 2. Возможности языка как системно-структурного образования. Фонетические средства оформления и благозвучие рекламного текста. Ритм и рифма Классификация словообразовательных техник, используемых в рекламе. Орфографические игры в рекламном тексте Лексические ресурсы рекламного текста. Окказиональные слова в рекламе. Языковая игра. Фразеологизмы в рекламном тексте Морфологические ресурсы рекламного текста. Личные и неопределённые местоиме- ния и приём «обманутое ожидание». Роль числительных в РТ. Эффект исключи- тельности. Сравнительная и превосходная степень прилагательных и наречий в рекламном обращении. Имена собственные в РТ.	4	ОК1-ОК 11 ПК.1.1-ПК 1.2.

	Синтаксис рекламного текста. Синтаксис заголовка, слогана. Обоснование выбора различных типов предложений в РТ: повествовательных, побудительных, восклицательных и вопросительных. Утвердительные и отрицательные конструкции. Экспрессивные синтаксические конструкции в рекламном тексте		
	Практические занятия:		
	Практическое занятие № 4. Освоение орфографических игр и словообразовательных техник в рекламном тексте. Каламбур и другие языковые игры в рекламном тексте	2	
	Практическое занятие № 5. Эффект парадокса и гипербола в рекламном тексте	2	
	Практическое занятие № 6. Создание рекламного текста с использованием приёма «вживлённая положительная оценка».	2	
	Практическое занятие № 7. Создание рекламного текста с учётом специфики товара	2	
	Содержание учебного материала	**4**	

Тема 3. Рекламный текст как разновидность современного мифа	**Теоретическое занятие № 3.** Миф как способ организации восприятия реальности. Концепция архетипических знаков К. Юнга. Основные архетипические образы, используемые в рекламе	2	ОК1-ОК 11 ПК.1.1-ПК 1.2.
	«Риторические фигуры» (Р. Барт) мифотворчества, используемые в рекламе: отождествление, лишение истории, квантификация, «присоединение». Легендирование рекламного текста		
	Практическое занятие:	2	
	Практическое занятие № 8. Анализ подобранных текстов на наличие в них архетипических и мифологических образов		
Тема 4. Структура копирайтинга как профессиональной деятельности	**Содержание учебного материала**	**4**	ОК1-ОК 11 ПК.1.1-ПК 1.2.
	Теоретическое занятие № 4. Копирайтинг как наука о написании рекламных объявлений. Процесс создания рекламного текста. Параметры рекламного сообщения. Стратегия рекламы (стратегии эмоционального и рационального типа)	2	
	Идея. Форма. Способы изложения (прямое изложение, повествование, моно- лог, диалог, интрига)		
	Практическое занятие:		
	Практическое занятие № 9. Анализ профессиональной рекламной информации	2	

Тема 5. Письменное изложение рекламной информации	**Содержание учебного материала**	**4**	
	Теоретическое занятие № 5. Прежде, чем начать писать: цели, аудитория, каналы информации, оборудо- вание, источники информации, текущие события и тенденции. Убедитель- ность письма (основы процесса коммуникации, теории коммуникации, при- менение теории на практике)	2	ОК1-ОК 11 ПК.1.1-ПК 1.2.
	Практическое занятие:		

	Практическое занятие № 10. Анализ законов об авторском праве, о товарных знаках	2	
Тема 6. Особенности рекламных текстов	**Содержание учебного материала**	**2**	
	Теоретическое занятие № 6. Задачи рекламы. Предлагающая реклама, поощряющая реклама, имиджевая реклама, сравнительная реклама, прививочная реклама, опровергающая ре- клама, трансформирующая реклама.	2	ОК1-ОК 11 ПК.1.1-ПК 1.2.
	Специфика рекламируемых товаров или услуг. Финансовая реклама, страхо- вая реклама, реклама недвижимости, автомобильная реклама, реклама ра- боты, реклама туризма и отдыха, реклама здоровья, реклама розничных това- ров, реклама товаров для женщин, реклама продуктов, реклама распродажи, промышленная		
	Приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов. Основные потребности человека, на которые можно опираться при создании рекламных стратегий. Символы и мифы в рекламе		
	Жанры газетно-журнальной рекламы. Пресса. Радио. Телевидение. Интернет. Реклама одного продукта в различных носителях		
	Классификация брифов: медиа-бриф, креативный бриф, экспертный бриф. Типы составления брифа: дистанционный, диалоговый		
	Практические занятия:	**8**	
	Практическое занятие № 11. Работа по созданию брифов. Медиабриф: плани- рование и проведение рекламной кампании	2	
	Практическое занятие № 12. Работа по созданию брифов. Креативный бриф: создание рекламного продукта (ролика, плаката и т. п.).	2	

	Практическое занятие № 13. Работа по созданию брифов. Разработка анкетной части экспертного брифа, предлагаемой клиенту, как инструмент маркетинго- вого исследования, предшествующего брендингу — созданию и поддержанию торговой марки.	2	

	Практическое занятие № 14. Работа по созданию брифов. Экспертный бриф: бриф на создание и выведение новой торговой марки.	2	
Тема 7. Работа с аудиторией. Речевой имидж	**Содержание учебного материала**	**10**	
	Теоретическое занятие № 7. Привлечение внимания аудитории. Учет специфики аудитории. Создание и корректировка речевого имиджа	4	ОК1-ОК 11 ПК.1.1-ПК 1.2.
	Практические занятия:		
	Практическое занятие № 15. Дискуссия «Манипуляции аудиторией»	2	
	Практическое занятие № 16. Общение с враждебно настроенной аудиторией	4	
Самостоятельная работа		4	
	Всего	**56**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Программа учебной дисциплины реализуется на базе кабинета истории изобразительных искусств, предусмотренного ФГОС.

Оборудование кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий, в т.ч. на электронных носителях.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением на рабочем месте преподавателя;
- проектор;
- экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные электронные ресурсы:

1. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477078

Дополнительные электронные ресурсы:

1. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453912

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины включает результаты текущего контроля и промежуточной аттестации, включая оценку заданий для внеаудиторной самостоятельной работы.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рам- ках дисциплины: – технологии работы с реклам- ной информацией; - особенно- сти рекламных текстов; – элементы психологического воздействия рекламных тек- стов; – структуру копирайтинга как профессиональной деятельно- сти.	Полнота ответов, точ- ность формулировок, не менее 75% правильных ответов. Не менее 75% правиль- ных ответов.	**Текущий контроль при проведении:** -устных зачетов; - оценки результатов самостоятельной работы **Промежуточная ат- тестация** оценка устных отве- тов на вопросы диф- ференцированного за- чета
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины: — классифицировать и типизи- ровать вербальные формы ре- кламы; — моделировать рекламные со- общения в соответствии с концепцией рекламной кампа- нии.	Правильность, полнота выполнения практиче- ских работ. Адекватность, опти- мальность выбора спо- собов действий, мето- дов, техник, последова- тельностей действий и т.д. Точность оценки, само- оценки выполнения. Рациональность дей- ствий и т.д.	**Текущий контроль при проведении:** -практических работ; -оценки результатов самостоятельной ра- боты **Промежуточная ат- тестация** оценка устных отве- тов на вопросы диф- ференцированного за- чета
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчи- вый интерес.	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Проверка качества выполне- ния практических работ
ОК 2. Организовывать соб- ственную деятельность, вы- бирать типовые методы и способы выполнения про- фессиональных задач, оце- нивать их эффективность и качество.	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Анализ результатов практи- ческих работ
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестан- дартных ситуациях и нести за них ответственность.	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Проверка качества выполне- ния практических работ

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельно- сти	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные	Интерпретация результатов наблюдений за деятельно- стью обучающегося в процессе освоения образователь- ной программы
ОК 5. Использовать инфор- мационно-коммуникацион- ные технологии в профес- сиональной деятельности	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Анализ результатов практи- ческих работ
ОК 6. Работать в коллек- тиве и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиен- тами	взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельно- стью обучающегося в процессе освоения образователь- ной программы
ОК 7. Брать на себя ответ- ственность за работу чле- нов команды (подчинен- ных), результат выполне- ния заданий.	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Проверка качества выполне- ния практических работ
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профес- сионального и личностного развития, заниматься само- образованием, осознанно планировать повышение квалификации.	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельно- стью обучающегося в процессе освоения образователь- ной программы
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессио- нальной деятельности.	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Анализ результатов практи- ческих работ
ОК 10. Владеть основами предпринимательской дея- тельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятель- ности.	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Анализ результатов практи- ческих работ
ОК 11. Обладать экологи- ческой, информационной и коммуникативной культу- рой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	взаимодействие с обучаю- щимися, преподавателями в ходе обучения	Проверка качества выполне- ния практических работ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять по- иск рекламных идей.	Поиск рекламных идей.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирова- ние и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Конструирование и выбор оп- тимальных изобразительных средств рекламы.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.08. ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.08. ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.08. ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1.1.Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.08. Визуальные коммуникации является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама.

Цели освоения дисциплины: формирование представлений о средствах и функциях визуальной коммуникации, тенденциях визуальной культуры как среды проектирования в рекламе.

Задачи дисциплины:

− изучение понятия визуальной коммуникации; формирование представления об особенностях визуальной коммуникации, возможностях визуальной коммуникации в различных типах практической деятельности дизайнера; обучение методам и методикам визуальной коммуникации;

− формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;

- раскрытие понятие коммуникации как области приложения методов и средств дизайнерского труда и средств визуальной коммуникации, как составной ее части.

1.2.Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 3.1-ПК 3.3 ОК 01 ОК 02 ОК 04	выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации составлять ТЗ для исполнителей (копирайтеров, дизайнеров, контент-менеджеров) по заказу рекламодателя	типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; 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. 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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	82
в том числе:	
теоретические занятия	24
практические занятия	56
консультации	2
самостоятельная работа	4
Промежуточная аттестация	4
Промежуточная аттестация в форме: экзамена	

2.1. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.08. Визуальные коммуникации

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся**	***Объем в часах (очная форма обучения)***	**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
Тема 1. Теория визуальной коммуникации.	**Лекционное занятие № 1.** Понятие визуальной коммуникации. Структура и элементы визуальной коммуникации. Специфика визуального медиа текста как носителя информации и смысла: особенности восприятия и интерпретации визуального знака. **Практическое занятие № 1.** Медиа контекст формирования мировосприятия субъекта массовой коммуникации. Визуальная коммуникация как продукт культуры. Роль визуальной коммуникации в формировании дискурса и тезауруса современной культуры. Эволюция визуальной коммуникации в контексте развития культуры. Эволюция формального языка визуальной коммуникации. Функции рекламной коммуникации в системе культуры.	4 12	
Тема 2. История современной визуальной коммуникации.	**Лекционное занятие № 2.** Визуальная революция второй половины XIX в. и становление массовой культуры. Эволюции потребителя, структуры потребительского спроса и ее отражение в рекламной коммуникации. Художественно-эстетическая концепция стиля модерн и зарождение профессиональной рекламной коммуникации. **Практическое занятие № 2.** Визуальная коммуникация эпохи поп-арта. Зарождение	4 12	

	концептуального проектирования, концептуальная идея и ее визуализация. Постмодернистский этап в развитии визуальной коммуникации и формирование принципов постмодернистского формообразования.		
Тема 3. Концептуальные модели визуальных коммуникаций.	**Лекционное занятие № 3.** Визуальное как первичный механизм трансляции культурных традиции и социальных норм. Проблема визуального в контексте критической теории современного (индустриального) общества. **Практическое занятие № 3.** Концепции Т. Адорно, М. Хоркхаймера, В. Беньямина. Проблематика визуального в работах Р.Арнхейма и М. Фуко. Визуальная культура и проблема идеологии. Эффекты и риски визуальной культуры. Визуальные коммуникации как социальная компетентность.	4 8	
Тема 4. Визуальные коммуникации в креативных индустриях, бизнесе и повседневной жизни.	**Лекционное занятия № 4.** Место визуальных коммуникаций в продуктах и практиках креативных индустрий. Язык визуальной коммуникации как совокупность знаковых систем. Визуальная коммуникация как предмет семиотического анализа. Исследование семотических механизмов массовой коммуникации. Основные принципы и методы анализа визуальных медиа текстов. **Практическое занятие № 4.** Визуальные коммуникации в культурных индустриях и спорте. Визуальные коммуникации как инструмент успешного бизнеса. Визуальные коммуникации брендов и корпоративных	4 8	

	стилей. Имидж делового человека как продукт и коммуникация. Визуальные коммуникации городского пространства.		
Тема 5. Методология разработки проектов для визуальных коммуникаций.	**Лекционное занятия № 5.** Тема и концепция в проектировании визуальных коммуникаций. Разработка идеального конечного результата проекта (ИКР). **Практическое занятие № 5.** Оценка конкурентоспособности проекта для профессиональных выставок и конкурсов. Бюджет и оценка инвестиционной привлекательности проекта. Гранты и краудфандинг в проектах визуальной коммуникации. Оценка масштабируемости проекта. Организация работы по реализации проекта. Технологии поддержки и продвижения проекта.	4 8	
Тема 6. Проектная разработка визуальных коммуникаций.	**Лекционное занятия № 6.** Источники идей для проекта. Проектирование элементов и связей визуальных коммуникаций. Эстетика и прагматика визуальных коммуникаций. Идентификационные стили, эргономика визуальных коммуникаций. **Практическое занятие № 6.** Организация работы по реализации проекта. Тайминг, управление ресурсами и изменениями проекта. Разработка итоговой программы презентации проекта. Экспертиза и самооценка результатов проекта. **Экзамен.**	4 8	
Самостоятельная работа		4	
ПАтт		4	
Консультации		2	
Всего		90	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению реализации общеобразовательной дисциплины.

Реализация программы дисциплины осуществляется в учебном кабинете, оборудованном:
-рабочими местами по количеству обучающихся;
-рабочим местом преподавателя.
Технические средства обучения:
- компьютер;
- мультимедиапроектор;
- учебные видеофильмы.

3.2.Основные электронные издания.

1. Визуальные коммуникации в историческом и культурном аспекте. Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет. Прохожев О.А. Издательство «Лань».

2. Проектирование средств визуальной коммуникации: Учебно-методическое пособие. Прохожев О.А. Издательство «Лань».

3. «Визуальные коммуникации». Н.П. Петров. Издательство Юрайт.

3. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Хуторян; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2019. – 150 с.: схем., табл., ил. –Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589 – ISBN 978-5-8154-0357-4. – Текст: электронный.

3.3. Дополнительные электронные издания.

1. Кознов, Д.В. Основы визуального моделирования: учебное пособие / Д.В. Кознов. – Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий, 2008. – 247 с.: табл., схем. – (Основы информационных технологий). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233310 – ISBN 978-5-94774-823-9. – Текст: электронный.

2. Кудрявцева, М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие / М.Е. Кудрявцева. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219. – ISBN 978-5-4458- 5668-9. – DOI 10.23681/223219. – Текст: электронный.

3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 239 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010 – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст: электронный.

4. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. – Москва: Юнити, 2015. – 240 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01546-0. – Текст: электронный.

5. Социальная реклама: учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др.; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2015. – 271 с. : схем., табл., ил. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238- 01544-6. – Текст: электронный.

6. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров).– Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394- 02089-

6. – Текст: электронный.

Перечень ресурсов информационно -телекоммуникационной сети «интернет» (далее – сеть «интернет»), необходимых для освоения дисциплины.

http://window.edu.ru	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"
https://openedu.ru	«Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)
https://www.adobe.com/ru/	Adobe: Решения для творчества, маркетинга и работы с документацией
https://mockupdownload.ru/	Mockup download. Скачать PSD шаблоны мокапов бесплатно

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины включает результаты текущего контроля и промежуточной аттестации, включая оценку заданий для внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Критерии оценки**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**: - выделять риски визуальной культуры; - создавать имидж делового человека как продукта и коммуникации; - разрабатывать идеальный конечный результат проекта (ИКР). - организовывать работы по реализации проекта В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**: - специфику визуального медиа текста как носителя информации и смысла; - художественно-эстетическую концепцию стиля модерн и зарождение профессиональной рекламной коммуникации; - визуальную коммуникацию эпохи поп-арта; - визуально коммуникацию брендов и корпоративных стилей. - проблему визуальной в контексте критической теории современного (индустриального) общества; -проектирование элементов и связей визуальных коммуникаций.	Отлично»- теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работать с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки. «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.	Оценка и анализ практических заданий, и внеаудиторной самостоятельной работы, тестирование, проект.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09. Деловое общение

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

Содержание

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.09. ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ 4

2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 6

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 9

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 10

1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины

ОП.09. Деловое общения

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки квалифицированных рабочих, служащих в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 42.02.01. Реклама.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: Учебная дисциплина ОП.09. Деловое общение входит в общепрофессиональный цикл.

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

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

У1 осуществлять профессиональное общение с соблюдением норм и правил делового этикета;

У2 пользоваться простыми приемами саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;

У3 передавать информацию устно и письменно с соблюдением требований культуры речи;

У4 принимать решения и аргументировано отстаивать свою точку зрения в корректной форме;

У5 поддерживать деловую репутацию;

У6 создавать и соблюдать имидж делового человека;

У7 организовывать индивидуальное рабочее место и места для профессионального общения с клиентами, партнерами и коллегами.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать: З1** правила делового общения;

З2 этические нормы взаимоотношений с клиентами, партнерами и коллегами;

З3 основные техники и приемы общения; правила слушания, ведения беседы, убеждения, консультирования;

З4 формы обращения, изложения просьб, выражения признательности, способы аргументации в производственных ситуациях;

З5 составляющие внешнего облика делового человека: костюм, прическа, макияж, аксессуары;

З6 правила организации рабочего пространства для индивидуальной работы и профессионального общения с клиентами, партнерами и коллегами.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся осваивает элементы **общих компетенций**:

Код	Наименование компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 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

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04. КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

2.1Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**40**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**38**
в том числе:	
Лекционные занятия	20
Практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающихся	2
Итоговая аттестация в форме тестов, билетов, презентаций и т.д.	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.09. Делового общения

		Объем в часах (очная форма обучения)	**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
1	**2**	**3**	**5**
Тема 1. Основы деловой культуры в устной и письменной форме	**Содержание учебного материала**	**10**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06
	Лекционное занятие № 1. Общение - основа человеческого бытия. Структура и средства общения. Виды взаимоотношений между людьми. Стили общения. Позиции в общении. Восприятие и понимание людьми друг друга.	4	
	Практическое занятие № 1 Соблюдение требований культуры речи при устном, письменном обращении.	6	
Тема 2. Этика деловых отношений	**Содержание учебного материала**	**10**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06
	Лекционное занятие № 2. Конструктивное и деструктивное общение. Виды и техники слушания. Эмоции в общении. Психологические приемы расположения к себе. Барьеры общения и их преодоление.	4	
	Практическое занятие№ 2 Пользование простейшими приемами саморегуляции поведения в процессе межличностного общения	6	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06
Тема 3.	**Содержание учебного материала**	**9**	

Нормы и правила поведения и общения в деловой профессиональной обстановке	**Лекционное занятие № 3.** Культура общения с клиентом: 1. Умение вести диалог. 2. Доверие и доброжелательность. 3. Учтивость. «Желание клиента – закон¬.	3	
	Практическое занятие № 3 Выполнение норм и правил поведения и общения в деловой профессиональной обстановке. Поддержка деловой репутации. Организация рабочего места.	6	
Тема 4. Основные правила этикета	**Содержание учебного материала**	**3**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06
	Лекционное занятие № 4. Этика и этикет. Деловая этика и деловой этикет. Культура общения по телефону. Имидж делового человека.	3	
Тема 5. Основы психологии производственных отношений	**Содержание учебного материала**	**3**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06
	Лекционное занятие № 5. Психология человека, эмоциональный мир личности. Коллектив. Умение работать в команде. Лидер и лидерство. Эффективное общение с коллегами. Установление контактов и привлечение потенциальных клиентов. Деловая беседа как основная форма делового общения. Техника и тактика аргументирования. Самопрезентация. Резюме. Подготовка к собеседованию. Письменное деловое общение.	3	
Тема 6. Основы управления и конфликтологии	**Содержание учебного материала**	**3**	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06
	Лекционное занятие № 6. Конфликты в нашей жизни. Виды конфликтов и их особенности. Стили реагирования в конфликтных ситуациях. Конструктивное разрешение конфликтов.	3	
Самостоятельная работа обучающихся			
Всего:		**38**	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.09. Деловое общение

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Культура делового общения¬. Оборудование учебного кабинета:

3.1.1 рабочие места обучающихся;
3.1.2 доска;
3.1.3 рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения:

3.1.4 компьютер;
3.1.5 мультимедийный проектор;
3.1.6 экран.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Т.Б. Колышкина, И.В.Шустина. Деловая культура. – М, «Юрайт¬, 2019.
2. Л.И.Чернышова. Этика, культура и этикет делового общения.- М, «Юрайт¬,2019.

Интернет-ресурсы:

1. Электронные книги по деловому общению и этикету http://www.aup.ru/books/i015.htm
2. Федеральный образовательный портал: экономика, социология, менеджмент www.ecsocman.edu.ru.
3. Деловая этика – основа бизнеса. http://www.economics.claw.ru/
4. Деловой этикет. http://www.collreferat.com/
5. http://www.aup.ru/books/m161/ - электронная версия книги «ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ¬
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов: fcior.edu.ru.

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.09. ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
- осуществлять профессиональное общение с соблюдением норм и правил делового этикета;	Наблюдение и оценка выполнения практической работы и оформление отчета по заданию.
- пользоваться простыми приемами саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;	Наблюдение и оценка выполнения практической работы и оформление отчета по заданию.
- передавать информацию устно и письменно с соблюдением требований культуры речи;	Наблюдение и оценка выполнения практической работы и оформление отчета по заданию.
- принимать решения и аргументировано отстаивать свою точку зрения в корректной форме;	Наблюдение и оценка выполнения практической работы и оформление отчета по заданию.
- поддерживать деловую репутацию;	Наблюдение и оценка выполнения практической работы и оформление отчета по заданию.
- создавать и соблюдать имидж делового человека;	Наблюдение и оценка выполнения практической работы и оформление отчета по заданию.
- организовывать индивидуальное рабочее место и места для профессионального общения с клиентами, партнерами и коллегами;	Наблюдение и оценка выполнения практической работы и оформление отчета по заданию.
- правила делового общения;	Оценка текущего контроля: тестирование. Оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы.
- этические нормы взаимоотношений с клиентами, партнерами и коллегами;	Оценка текущего контроля: тестирование. Оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы. Оценка выполнения практической работы.
- основные техники и приемы общения; правила слушания, ведения беседы, убеждения, консультирования;	Оценка текущего контроля: тестирование. Оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы. Оценка выполнения практической работы.

- формы обращения, изложения просьб, выражения признательности, способы аргументации в производственных ситуациях;	Оценка текущего контроля: тестирование. Оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы. Оценка выполнения практической работы.
- составляющие внешнего облика делового человека: костюм, прическа, макияж, аксессуары;	Оценка текущего контроля: тестирование. Оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы. Оценка выполнения практической работы.
- правила организации рабочего пространства для индивидуальной работы и профессионального общения с клиентами, партнерами и коллегами.	Оценка текущего контроля: тестирование. Оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы. Оценка выполнения практической работы.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.10 Брендинг

Специальность: **42.02.01. Реклама**

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

Содержание

1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	11
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины ОП.10 Брендинг предназначена для изучения делового общения в пределах освоения основной профессиональной образовательной программы СПО (ОПОП СПО) на базе основного общего образования при подготовке специалистов среднего звена (ППССЗ) социально-экономического профиля.

Программа разработана в соответствие с:

- Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама от 12.05.2014 № 510;
- учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в учебном плане

Учебная дисциплина ОП.10 Брендинг входит в состав общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Цели, задачи и результаты освоения учебной дисциплины

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

- применять теоретические знания и практические навыки в области разработки, продвижения и управления брендингом
- знать теоретические основы брендинга;
- овладевать навыками разработки, продвижения и использования брендов

Учебная дисциплина ОП.10 Брендинг направлена на реализацию следующих компетенций:

ПК 3.1. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникацийпри разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения брендов.

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

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**60**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**48**
в том числе:	
лекционные занятия	18
практические занятия	30
Самостоятельная работа обучающегося	**8**
Промежуточная аттестация	**4**

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.10 Брендинг

	Содержание учебного материала, работа обучающихся	***Объем в часах (очная форма обучения)***	**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
Тема 1. Сущность и содержание брендинга	**Содержание учебного материала:** Сущность категорий «бренд», «товарный знак», «товарная марка». Виды брендов. Основные концепции и направления развития брендинга. Основные этапы в развитии брендпнга. Современные тенденции брендинга. Развитие брендинга в России. Факторы, способствующие созданию и продвижению брендов в России. Особенности и тенденции в развитии бренд-коммуникаций в России		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие № 1.	2	
	Практическое занятие № 1.	2	
	Самостоятельная работа № 1.		
Тема 2. Создание бренда	**Содержание учебного материала.** Процесс становления товара в качестве бренда. Создание бренда. Стадии и этапы брендинга. Принципиальная схема брендинга. Обоснование мероприятий брендинга. Основные модели и принципы создания бренда. Атрибуты, преимущества, ценности, индивидуальность и суть бренда. Качественные и количественные исследования в создании моделей бренда. Стадия подготовки: аналитика и обоснование действий. Проектирование бренда: созданиенаименования, креативные работы, подготовка рекламной кампании.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.

	Стадия реализации: внедрение и поддержание бренда, мероприятия по увеличению силы бренда.		
	Лекционное занятие № 2.	1	
	Практическое занятие № 2	2	
	Самостоятельная работа № 2.		
Тема 3. Создание бренда	**Содержание учебного материала:** Методы маркетинговых исследований в разработке брендов. Создание имени бренда. Методики разработки эффективных имен брендов. Критерии имяобразования бренда. Основные методы имя образования.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие № 3.	1	
	Практическое занятие № 3.	2	
	Самостоятельная работа № 3		
Тема 4. Позиционирование бренда	**Содержание учебного материала:** Сущность позиционирования бренда. Формирование позиции бренда. Позиционирующие шкалы и карты позиционирования. Стратегии позиционирования. Принципы позиционирования. Ребрендинг.Устаревание, упадок и омоложение бренда.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие № 4.	1	
	Практическое занятие № 4.	2	
	Самостоятельная работа № 4.		
Тема 5. Управление портфелем бренда	**Содержание учебного материала:** Азиатская и западная модели брендинга. Преимущества и недостатки моделей брендинга. Цели, задачи и основные принципы управления портфелем брендов. Стратегические возможности брендинга. Факторы развития структуруправления брендами. Виды брендов.Стратегическое значение брендов вкорпоративном портфеле. Архитектура бренда. Основные этапы создания архитектуры брендов. Жизненный цикл бренда. Система суббрендов.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.

	Маркетинговые инструменты в анализе стратегических возможностей и роли брендов.		
	Лекционное занятие № 5	1	
	Практическое занятие № 5	2	
	Самостоятельная работа № 5		
Тема 6. Продвижение бренда	**Содержание учебного материала:** 5- шаговая модель бренд- коммуникационнойкампании Д. Щульца и Б.Барнса. Способы продвижения брендов. Особенности продвижения брендов за рубежом.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционные занятия № 6	1	
	Практические занятия № 6	2	
	Самостоятельная работа № 6		
Тема 7. Капитализация бренда	**Содержание учебного материала:** Структура активов организации: материальные и нематериальные составляющие. Аудит бренда. Бренд-трекинг. Капитал бренда в модели Д.Аакера. Модель BrandDynamics: стратегическая пирамида и матрица развития бренда. Метод BrandAssetsValuator компании Y&R в измерении капитала бренда. Конверсионная модель компании TNS. Оценка стоимости бренда. Метод капитализации прибылей компании Interbrand.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционные занятия № 7	1	
	Практические занятия № 7	2	
	Самостоятельная работа №7		
Тема 8. Бренд-менеджмент	**Содержание учебного материала:** Анализ и оценка эффективности управления с использованием организационных структур бренд-менеджмента		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционные занятия № 8	1	
	Практические занятия №8	2	
	Самостоятельная работа № 8		
Тема 9. Создание бренда	**Содержание учебного материала** Решение кейса «Анализ брендов на рынке производителей телевизоров»		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.

	Лекционное занятие № 9	1	
	Практическое занятие № 9	2	
	Самостоятельная работа №9		
Тема 10. Методы маркетинговых исследований	**Содержание учебного материала** Методы маркетинговых исследований в разработке брендов. Методики разработки эффективных имен брендов. Критерии имя образования бренда. Основные методы имя образования.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие № 10	1	
	Практическое занятие № 10	2	
	Самостоятельная работа № 10		
Тема 11. Применение нейминговых методик	**Содержание учебного материала** Основные методы имя образования. Применение нейминговых методик при разработке наименования бренда (используются товарные группы по выбору студентов).		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие №11	1	
	Практическое занятие №11	2	
	Самостоятельная работа№11		
Тема 12. Стратегии позиционирования брендов производителей молочных продуктов	**Содержание учебного материала** Решение кейсов		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие №12	1	
	Практическое занятие №12	2	
	Самостоятельная работа №12		
Тема 13. Управление портфелем бренда	**Содержание учебного материала** Преимущества и недостатки моделей брендинга. Цели, задачи и основные принципы управления портфелем брендов.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие №13	1	
	Практическое занятие №13	1	
	Самостоятельная работа№13	2	
Тема 14. Основные этапы	**Содержание учебного материала**		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2.

создания архитектуры брендов.	Поисковое исследование соотношения имиджейродительского бренда и его суббрендов		ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие № 14	1	
	Практическое занятие № 14		
	Самостоятельная работа № 14	2	
Тема 15. Продвижение бренда	**Содержание учебного материала** Способы продвижения брендов.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие № 15	1	
	Практическое занятие № 15	1	
	Самостоятельная работа№ 15	2	
Тема 16. Капитализация брендов	**Содержание учебного материала** Структура активов организации: материальные и нематериальные составляющие. Оценка стоимости бренда. Решение задач по оценки стоимости бренда и использованием различных методов и моделей.		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие № 16	1	
	Практическое занятие № 16	2	
	Самостоятельная работа № 16		
Тема 17. Бренд-менеджмент	**Содержание учебного материала** Анализ и оценка эффективности управления с использованием организационных структур бренд-менеджмента		ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Лекционное занятие № 17	1	
	Практическое занятие № 17. Дифференцированный зачёт.	2	ОП.10. ПК 3.1. – ПК 3.2. ПК 4.2.-ПК 4.3.
	Самостоятельная работа № 17.	2	
	ПАтт	4	
Итого		**60**	

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению реализации общеобразовательной дисциплины.

Реализация программы дисциплины осуществляется в учебном кабинете, оборудованном:
-рабочими местами по количеству обучающихся;
-рабочим местом преподавателя.
Технические средства обучения:
- компьютер;
- мультимедиапроектор;
- учебные видеофильмы.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные электронные издания:

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшееобразование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательнаяплатформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/511517 (дата обращения: 01.02.2023).
2. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2- е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9.
— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https:// www.urait.ru/bcode/467833 (дата обращения: 01.02.2023).
3. Пономарёва, Е. А. Бренд- менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательнаяплатформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/511493 (дата обращения: 01.02.2023).
4. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/530938 (дата обращения: 09.03.2023).
6. Тульчинский, Г. Л. Бренд- менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2- е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/510076 (дата обращения: 01.02.2023).
7. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный //Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https:// www.urait.ru/ bcode/510075 (дата обращения: 01.02.2023).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины включает результаты текущего контроля и промежуточной аттестации, включая оценку заданий для внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Критерии оценки**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен: **уметь:** – использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности; – работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями; – применять на практике полученные теоретические знания; – владеть навыками анализа межличностных отношений в трудовом коллективе; – применять на практике приемы эффективного общения; – определять, анализировать конфликтные ситуации и находить конструктивный выход; **знать:** – основные правила делового этикета; – закономерности межличностных отношений в организованной группе, трудовом коллективе; – социально-психологические компоненты профессии, механизмов, процессов и социально-психологических условий успешного становления будущих специалистов, развития себя как личности.	Отлично»- теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работать с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки. «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.	Оценка и анализ практических заданий, и внеаудиторной самостоятельной работы, тестирование, дифференцированный зачет.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12. Основы предпринимательской деятельности

Специальность: 42.02.01. Реклама

Челябинск, 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	12

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения рабочей программы

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

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

«Основы предпринимательской деятельности» – учебная дисциплина общепрофессионального цикла обязательной части образовательной программы.

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

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

- обосновывать предпринимательскую идею;
- характеризовать целевую группу (целевую аудиторию);
- осуществлять маркетинговое планирование;
- проводить технико-экономическое обоснование проекта;
- определять эффективность бизнес-проекта.

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

- концепции и сущность предпринимательства;
- состав и методику разработки бизнес-плана;
- правовые основы предпринимательской деятельности;
- основы предпринимательской этики.

1.4. Формируемые компетенции

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

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

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

Код ПК	Умения	Знания
ПК.1.1	● производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; ● анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; доводить информацию заказчика до целевой аудитории;	● способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; ● аудиторию различных средств рекламы; ● формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на
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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем в часах (очная форма обучения)***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**44**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	44
в том числе:	
теоретическое обучение	30
практические занятия	14
Промежуточная аттестация	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	
Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет	

2.1. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.12. Основы предпринимательской деятельности

Название разделов / тем учебной дисциплины	Вид учебной работы	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	5
Раздел 1. Планирование предпринимательской деятельности		**20**	
Тема 1.1. Концепции и сущность предпринимательства	**Теоретическое занятие № 1.** трактовка предпринимательства с юридической и экономической точек зрения. Признаки предпринимательства. Основные черты предпринимателя. Кодекс предпринимателя. Функции предпринимательства: общеэкономическая, инновационная, ресурсная, организаторская и социальная. Субъекты и объекты предпринимательства.	6	ОК 03, ОК.04 ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 2.1.
	Практическое занятие № 2. Виды предпринимательства. Охарактеризовать виды предпринимательства: производственное, коммерческое, финансовое, посредническое, страховое и пр.	4	
	Самостоятельная обучающихся № 1. Разработка рефератов по темам: Зарождение предпринимательства в России. История развития предпринимательства в России.		
Тема 1.2. Бизнес-	**Теоретическое занятие № 2** Понятие бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-плана. Классификация бизнес-планов. Основные целевые ориентиры	6	

планирование	бизнес-плана. Структура бизнес- плана. Состав основных разделов бизнес-плана. Обоснование предпринимательской идеи. Методика характеристики целевой группы.		
	Практическое занятие № 2. Планирование рабочего места. Маркетинговое планирование. Разработка и реализация стратегий развития бизнеса. Технико-экономическое обоснование проекта, расчет финансовых результатов и показателей эффективности проекта.	4	
	Самостоятельная обучающихся № 2. Разработка и оформление бизнес-планов.		
Раздел 2. Хозяйственно-правовые отношения в предпринимательстве		**24**	
Тема 2.1. Правовые предпринимательства	**Теоретическое занятие № 3.** Организационно-правовые формы предпринимательства. Порядок и регламенты государственной регистрации предпринимательской деятельности. Формы предпринимательского сотрудничества. Лицензирование предпринимательской деятельности.	6	ОК 03, ОК.04 ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 2.1.
	Практическое занятие № 3. Процедура лицензирования, ее этапы. Основания и порядок приостановления действия и аннулирования лицензии. Государственное регулирование и государственный контроль предпринимательской деятельности.	2	
	Самостоятельная обучающихся № 3. Составление сравнительной характеристики организационно-правовых форм, исследование порядка государственной регистрации предпринимательской деятельности, этапов лицензирования предпринимательской деятельности.		
Тема 2.2. Хозяйственные отношения в предпринимательстве	**Теоретическое занятие № 4** Предпринимательский риск, виды потерь. Методы расчета риска. Анализ и оценка предпринимательской деятельности. Показатели эффективности факторов производства. Налоги: виды и порядок	6	

	уплаты. Налоговые льготы. Системы налогообложения. Специальные налоговые режимы.		
	Практическое занятие № 4. 1. Определение показателей эффективности факторов производства. **2.** Расчет основных видов налогов при различных налоговых режимах	2	
	Самостоятельная обучающихся № 4. Исследованиеформ государственной поддержки предпринимательской деятельности в г. Москва		
Тема 2.3. Культура предпринимательства	**Теоретическое занятие № 5.** Предпринимательская этика и этикет, правила делового общения. Содержание и требования к проведению деловых совещаний, дискуссий, деловых переговоров. Требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде. Требования к речи.	6	
	Практическое занятие № 5. Семинар по предпринимательскому этикету.	2	
	Самостоятельная обучающихся № 5. Разработка рефератов по теме «Предпринимательский этикет», подготовка к зачету.		
Самостоятельная работа			
Зачёт с оценкой			
	Итого	**44**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РААБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета: социально-гуманитарных наук.

Основное оборудование:

- рабочие места обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебная доска;
- интерактивная панель;
- ноутбук;
- флипчарт.

Программное обеспечение:

Windows Professional;

Office Professional Plus

3.1.2. Информационное обеспечение обучения

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

Основная литература:

1. Чеберко, Е.Ф. Предпринимательская деятельность: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16939-3. — Текст: электронный
// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532052

Дополнительная литература:

1. Морозов, Г. Б. Предпринимательская деятельность: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Морозов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 457 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13977-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515071

2. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование: учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08683-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531501

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал дистанционного обучения ВятГУ [Электронный ресурс] /-Режим доступа: - https://e.vyatsu.ru
2. Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [Электронный ресурс] /-Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/nash-universitet/obrazovatelnaya-deyatel-nost/kolledzh/42-02-01-reklama.html
3. Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [Электронный ресурс] /-Режим доступа: http://student.vyatsu.ru

Перечень электронно-библиотечных систем (ресурсов) и баз данных для самостоятельной работы

Используемые сторонние электронные библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» (http://biblio-online.ru)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Результаты обучения	**Формы и методы контроля для оценки результатов обучения**
Освоенные умения*:* – Обосновывать предпринимательскую идею; – Характеризовать целевую группу (целевую аудиторию); – Осуществлять маркетинговое планирование; – Проводить технико-экономическое обоснование проекта; – Определять эффективность бизнес-проекта. **Усвоенные знания**: – Концепции и сущность предпринимательства; – Состав и методику разработки бизнес-плана; – Правовые основы предпринимательской деятельности; – Основы предпринимательской этики.	Дифференцированный зачет в форме: - тестирования - решение задач

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

для специальности

42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).
Рабочая программа профессионального модуля может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2. Место профессионального модуля в структуре образовательной программы: программа профессионального модуля Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Результаты освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и соответствующих ему общих и профессиональных компетенций:

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Знания, умения**
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Владеть навыками** Определять целевую аудиторию и целевые группы. Проводить анализ объема рынка Проводить анализ конкурентов. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. **Умения** - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; - целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж; - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; **Знания** актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	

ПК 1.1-ПК 1.4	- Определять целевую аудиторию и целевые группы; - Проводить анализ объема рынка; - Проводить анализ конкурентов; - Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; методы работы в профессиональной и смежных сферах; приемы и методы современных рекламно-коммуникативных технологий; – формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; – нормативные правовые документы о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда; – устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернет, печатных изданий и т.д.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля ПМ. 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта (очная форма обучения)

Индекс и наименование междисциплинарного курса, практики	Учебная нагрузка обучающихся, ч.								
	Итого часов (включая самостоятельную работу), ч.	Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	Всего	Работа во взаимодействии с преподавателем, ч.				Самостоятельная работа, ч.	Промежуточная аттестация, ч
					в т. ч.				
				Теоретические занятия	Практические занятия	Консультация	ПАтт		
ПМ.01. **Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	224	208	224	50	154	4	12	4	Зачёт с оценкой, экзамен
МДК. 01.01. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	44	38	44	20	16	2	4	2	экзамен
МДК.01.02. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	68	62	68	30	30	2	4	2	экзамен
УП.01.01 Учебная практика, часов	36	36	36		36		-	-	Зачёт с оценкой
ПП.01.01 Производственная практика, часов	72	72	72		72		-	-	Зачёт с оценкой
Промежуточная аттестация в форме: экзамен по модулю	4	-	4		-		4	-	
Всего	224	208	224	50	154	4	12	8	Зачёт с оценкой, экзамен

1.2.Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарны х курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем в часах	Формируемые компетенции
1	**2**	**3**	**5**
ПМ 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		**224**	
МДК 01.01. Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		**44**	
Тема 1. Роль исследований в проектировании рекламы	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 1.** Значение исследований в проектировании рекламного продукта. Особенности рекламного исследования в разработке плана рекламы: ситуационный анализ, анализ целевой аудитории, конкурентное окружение, разработка творческой концепции, анализ средств распространения рекламы и ее размещение. Отслеживание и оценка эффективности рекламной кампании.	1	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 1. Выбрать три рекламных видеоролика известных российских брендов в разных товарных категориях. Проанализировать. Предложить варианты того, как можно определить на какую аудиторию они направлены, насколько отвечают интересам аудитории, какие ассоциации вызывают, кто конкуренты ТМ. Предложить варианты решения задачи.	2	
Тема 2. Процесс рекламного исследования. Вторичные исследования	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 2**. Проведение исследований и их значимость на всех этапах рекламного продвижения. Виды выборки и сбор данных. Смета и сроки проведения. Подготовка материалов исследования. Проведение и подготовка результатов. Типы исследований: вторичные и первичные. Анализ вторичных (открытых) источников информации о рынке. Сайты государственных служб. Для статистики. Отраслевые отчеты исследовательских агентств. Международные базы данных. Отраслевые новости и публикации в СМИ. Мониторинг упоминаний продукта, ниши в социальных сетях. Аналитика поисковых запросов с использованием сервиса Яндекс Вордстат. Анализ сайтов и социальных сетей конкурентов. Отраслевые мероприятия и др.	1	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4

	Практическое занятие № 2 Работа с товарной категорией, к которой принадлежит ТМ (бренд) рекламного проекта. Провести анализ открытых источников: анализ отраслевых новостей и упоминаний о продукте в СМИ, соцсетей, сайта компании, проанализировать сайты статистики и поисковые запросы с использованием сервиса Яндекс Вордстат.	2	
Тема 3. Первичные инструменты исследования целевой аудитории и рыночной конкуренции.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 3.** Виды первичных исследований: количественные и качественные. Методы качественных исследований: фокус-группы, личные интервью, контент-анализ, когнитивные карты. Методы количественных исследований – анкеты. Правила формирования вопросов: открытые и закрытые вопросы. Сервисы для составления и анализа опросов и особенности работы с ними. Глубинные интервью при выводе нового продукта на рынок. Интервью по оценке принятия решений о покупке. Индекс потребительской лояльности (NPS)	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 3. 1. Разработать сценарий фокус-группы и анкету для использования Google Forms. 2. Определить, кто из конкурентов проекта проводит РК и провести опрос в Google Forms.	1	
Тема 4. Анализ рыночной среды с позиции привлекательности товара для целевой аудитории	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 4**. Общая характеристика рынка в России и за рубежом. Основные продуктовые тренды рынка. Источники получения информации по рынку. Выбор критериев и методов анализа рынка. PEST- и SWOT-анализ. Изучение состояния отрасли, в которой работает компания. Анализ емкости рынка: потенциальная, доступная, фактическая. Выделение движущих сил конкуренции и определение их влияния на отрасль. Анализ деятельности крупнейших фирм в данной отрасли. Использование метода сегментации рынка по Ф.Котлеру. Количественные и качественные показатели рынка. Размер и доля рынка, динамика продаж и цены, практика дистрибуции.	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 4. 1. Провести анализ рыночной ситуации компании на основе PEST - и SWOT-анализа. Этапы проведения PEST анализа и составление сводной таблицы.	1	

Тема 5. Сбытовая и коммуникационная политика компаний на рынке.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 5.** Сбытовая и коммуникационная политика компаний на рынке. Используемые элементы системы маркетинговых коммуникаций. Рекламный бюджет, опыт рекламных стратегий и кампаний, каналов коммуникации. Позиционирование товаров (услуг), компаний. Определение наиболее эффективных с точки зрения покупательского поведения и типа рынка (B2B и B2C) вида средств продвижения (ATL, BTL), особенностей насыщения рекламно-коммуникационного пространства (реальное, виртуальное). Анализ внутренней и внешней среды компании, ее марочный портфель. Особенности коммуникации в зависимости от стадии жизненного цикла товара. Сильные и слабые стороны компаний относительно рекламы конкурентов. Анализ инструментов коммуникации с аудиторией. Изучение сайтов и представительств конкурентов в социальных сетях.	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 5. Анализ инструментов коммуникации с аудиторией: содержание рекламы, каналы ее распространения, прошедшие рекламные кампании и мифы бренда.	1	
Тема 6. Критерии и методы сегментации аудитории	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 6.** Цели и задачи ЦА исходя из особенностей товара/услуги. Определение ситуации и контекста, в которых аудитория использует товара/услугу. Понятие и основные признаки выделения целевой аудитории. Сегментирование ЦА. Методы сегментации. Соотношение реальных и потенциальных потребительских интересов с предметом рекламы. Сегментирование по социально-демографическим признакам. Использование поколенческих характеристики целевой аудитории. Модель психографического сегментированияVALS. Специфика массовой и специализированной целевой аудитории рекламы. Определение границ ЦА. Сегментирование потребителей по видам B2B и B2C. Деление ЦА на группы и создание портретов аудитории на основе выделенных характеристик. Методика выделения целевой аудитории 5W М.Шеррингтона. Стейкхолдеры и целевые группы аудитории	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 6. Применения на практике методики 5W М. Шеррингтона для выделения целевой аудитории	1	

Тема 7. Методы анализа целевой аудитории	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие №**7. Анализ целевой аудитории проводят по разным признакам. Структура ЦА: основная, косвенная, широкая, узкая, аудитория по целевой группе, аудитория по цели посещения сайта и соцсетей.	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Методы анализа ЦА: анализ целевой аудитории по методике JTBD, ABCDEX-сегментации аудитории: приверженцы, доверяющие, клиенты, отчужденные, враги, неопределившиеся. Сегментации аудитории по лестнице Ханта для оптимизации воронки продаж. Анализ интернет-источников, изучение клиентской базы и CRM-данных		
	Практическое занятие № 7. 1. Лестница Ханта как инструмент для оптимизации воронки продаж. Ступени готовности покупки продукта по лестнице Ханта. Этапы осознания и выбора. Роль контента в распределении ЦА по ступеням лестницы. 2. ABCDEX-сегментация аудитории: приверженцы, доверяющие, клиенты, отчужденные, враги, неопределившиеся.	1	
Тема 8. Мотивы и потребности целевой аудитории	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 8.** Теория мотивации Маслоу. Учет потребительских мотивов целевой аудитории. Анализ потребностей и проблем в процессе принятия решения о покупке. Анализ мотивов и ожиданий аудитории от решения о выборе покупки товара. Потребности целевой аудитории в системе выработки и реализации маркетинговой концепции рекламы. Иерархия психологических мотивов поведения целевой аудитории (потребности в достижении, приобретении, общении, познавательная мотивация, потребности в защите здоровья, в безопасности, отдыхе и развлечении и т.д.).	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 8. Создание портрета ЦА. Работа с Аватаром.	1	

Тема 9. Создание профиля основных конкурентов	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 9**. Создание профиля основных конкурентов. Исследование деятельности конкурентов на рынке на основе интересующих характеристик: прибыль и объем продаж компании, сравнение портфеля брендов, ценообразование и разнообразие продукции, клиентов, программы продвижения и лояльности клиентов, каналы сбыта. Классификация факторов конкурентоспособности товара: товарные, рыночные, ресурсные. Виды конкурентов: ключевые, прямые, косвенные. Критерии отбора конкурентов. Классификация конкурентов по Д. Трауту и Э. Райсу: лидеры рынка, вторые игроки рынка, фланговые бойцы и партизаны. Типы конкуренции. Анализ 5 сил конкурентов по М. Портеру.	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 9. Работа с матрицей конкуренции Майкла Портера	2	
Тема 10. Проведение сравнительного анализа конкурентов и выявление преимуществ при позиционировании товара (услуги, компании).	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 10.** Выбор критериев и метода анализа конкурентов. Структура анализа конкурентов. Методы определения конкурентных преимуществ товара и их характеристика. Мониторинг динамики рынка и поведения конкурентов, выделение ключевых игроков. Определение стратегии работы с конкурентами. Своевременное реагирование на действия конкурентов, закрытие стагнирующих направлений и развитие доходных и/или динамично растущих. Выявление новых ниш. Анализ конкурирующих продуктов, решающих ту же задачу и закрывающих ту же потребность. Инструменты и методы исследования рынка. Выделение ключевого конкурентного преимущества. Методы определения конкурентных преимуществ товара	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 10. Создание таблицы соответствия конкурентных преимуществ товара	2	

Тема 11. Основные методы и принципы креативной разработки рекламного продукта	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 11.** Рекламный продукт как совокупность продуктов рекламной деятельности, рекламных материалов, носителей рекламных обращений, необходимых для осуществления процесса воздействия на целевую аудиторию. Классификация рекламных продуктов на тиражируемые для массового и серийного производства и индивидуальные - технологии и концепции, разрабатываемые для потребностей конкретного рекламодателя. Виды рекламных продуктов. Процесс и этапы создания рекламного продукта от зарождения идеи до ее воплощения и средства (подходы), применяемые для реализации этой идеи: подготовительный, маркетинговый, процесс разработки рекламного продукта, творческое оформление и дизайн, изготовление. Основные технологии создания рекламного продукта. Уникальное торговое предложение (УТП). инструменты выделения преимуществ и обещаний, доказательства и аргументы.	2	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 11. Анализ различных видов рекламных продуктов, и оценка возможности их воздействия на аудиторию	2	
Самостоятельная работа при изучении МДК 01.01 **Тематика внеаудиторной самостоятельной работы** 1. Работа с конспектами и со специальной литературой по анализу рыночной ситуации 2. Анализ и отбор примеров рекламы в расчете на различные типы целевой аудитории исходя из теории поколений. 3. Подобрать примеры рекламных дизайн-объектов и проанализировать их композиционно-графическую модель. 4. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 5. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. 6. Подготовка к промежуточным аттестациям		**2**	
Консультации		**2**	
ПАтт		**4**	
Всего:		**44**	
Промежуточная аттестация	Экзамен		

МДК 01.02 Цели, задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		**68**	
Тема 1. Рекламное проектирование.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 1.** Общие представления о проектной деятельности. Принципы проектирования в рекламе. Виды рекламных проектов по различным основаниям: по целям и задачам, по сферам и направлениям деятельности, по объекту рекламирования, по видам рекламы., по каналам коммуникации, масштабам. Структура и взаимосвязь элементов и участников проекта. Этапы проектной деятельности: инициирования проекта, фаза разработки концепции, фаза планирования проекта, фаза осуществления или реализации проекта и фаза завершения.	4	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 1. Выбор темы рекламного проекта. Обоснование. Определение структуры и команды. Презентация по итогам изучения рыночной ситуации.	6	
Тема 2. Планирование и управление рекламным проектом.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 2.** Понятие и сущностные характеристики рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний. Рекламная кампания как рекламный проект. Виды маркетинговых коммуникаций в структуре рекламного проекта. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. Комплексная рекламная кампания и PR кампания: коммуникативная общность, целевое и функциональное различие, цели и задачи. Имидж, репутация, бренд. Виды коммуникационных кампаний. Предметно-субъектный подход. Типология коммуникационных кампаний по целям, сферам применения, масштабам, длительности, технологиям. Проблема планирования и предсказуемости рекламного эффекта. **Практическое занятие № 2.** Методы организации проектного процесса в рекламном бизнесе. Брифование. Виды брифов. Планирование и управление рекламным проектом.	4 4	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 3. Разработка брифа на проведение комплексной рекламной кампании		

Тема 3. Постановка целей комплексной рекламной кампании.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 3.** Выбор целей и постановка задач рекламной кампании. Маркетинговые и коммуникационные цели рекламной кампании. Функциональность целей коммуникационной кампании. Корректные и некорректные формулировки целей. Технология SMART, как основа измеримости результатов. Экономические и коммуникационные показатели эффективности коммуникационных кампаний. Модель принятия решения и характеристика коммуникационных эффектов: вовлеченность, осведомленность, отношение, намерение. Учет стадий жизненного цикла организации /товара при постановке целей кампании. Его влияние на выбор стадии процесса рекламирования. Последовательность разработки целей коммуникации: определение целевого сегмента рынка; планирование коммуникационных эффектов, стимулирующих желаемое поведение. Факторы, влияющие на сбыт: информированность о продукте, мнение о его потребительских свойствах конечных потребителей; информированность и мнение о целесообразности продажи продукта розничных торговцев; информированность и мнение о прибыльности продукта оптовиков.	4	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 4. Постановка целей рекламы на основе технологии SMART.	4	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
Тема 4. Позиционирование, как образ товара или компании на рынке	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 4.** Основные принципы позиционирования товаров на рынке. Цели и значение позиционирования. Особенности позиционирования товаров и услуг в условиях различных рынков. Коммуникация как деятельность, направленная на стимулирование процессов принятия решения. Учет типов потребителей и их планируемого отклика. Модели исследования ценностей потребителей. Стратегии изменения поведенческих установок. Этапы воздействия рекламы на потребителя: привлечение внимания, поддерживание интереса, пробуждение эмоций, убеждение, принятие решения, действие (совершение покупки). Единство рациональных и эмоционально-экспрессивных средств воздействия рекламы на целевую аудиторию.	4	
	Практическое занятие № 5. Оценка реакции на рекламу пользователей (CTR). Традиционные модели воздействия маркетинговых коммуникации: AIDA, модель «думать-чувствовать-делать». Прогноз поведения целевой аудитории в зависимости от типа принимаемого решения.	4	

Тема 5.	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
Методы формирования рекламного бюджета	**Теоретическое занятие № 5.** Методы формирования рекламного бюджета и их влияние на цели рекламы. Традиционные методы формирования бюджета коммуникационной кампании на основе заданных показателей: метод отчисления процента от объема сбыта, метод отчислений, пропорциональный объему продаж, метод конкурентного паритета, финансирование по остаточному принципу. Экспериментальные подходы к формированию рекламного бюджета проекта исходя из особенностей избранной стратегии: метод целей и задач, экспериментальный метод. Распределение рекламного бюджета по статьям расходов.	4	
	Практическое занятие № 6. Определение структуры и расчет рекламных затрат на проведение специального события в структуре рекламной кампании.	4	
Тема 6 Целевая установка создания креативной концепции для различных рекламоносителей	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 6**. Творческая стратегия, как основа содержательно-смыслового наполнения информационного пространства для целевой аудитории коммуникационной кампании. Формирование творческой идеи и особенности ее реализации. Поиск творческих решений методом направленных ассоциаций. Процесс оформления творческой идеи и создание стратегии обращения. Реализация творческой стратегии. Рекламное обращение: формы и методы создания, основные элементы. Основные этапы работы над рекламным обращением, его структура. Основные типы рекламных стратегий: их отличительные черты. Виды стратегий рационального типа: родовая стратегия, стратегия преимуществ, уникальное торговое предложение, стратегия позиционирования. Виды стратегий проекционного типа: имидж марки, стратегия «резонанс», аффективная стратегия. Рациональная и эмоциональная составляющие рекламного обращения. Рекламный образ, типология, технологии и средства визуализации	4	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практическое занятие № 7. Представить ряд рекламных модулей, используя методы коммуникативного воздействия в рекламе.	4	
Тема 7.	**Содержание учебного материала**	6	

Задачи разработки медиастратегии	**Теоретическое занятие № 7.** Понятие медиапланирования. Роль медиапланирования в коммуникационном процессе. Разработка медиастратегии. Базовые инструменты медиастратегии: эффективный контакт, охват, частота контактов. Этапы разработки медиастратегии. Критерии выбора медиаканалов. Особенности их совместного использования в рамках одной кампании. Выбор медианосителей: индексы		ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
	соответствия целевой аудитории, охват, рейтинг и планирование выходов рекламных сообщений, стоимость контакта. Виды медиапланов, цели и задачи. Модели эффективного размещения ключевого сообщения в контексте выбранного носителя. Выбор жанров видов различных видов маркетинговых коммуникаций. Закупка медиаразмещения. Определение частоты повторения рекламных сообщений. Кривая Вундта, эффекты насыщения и цикличности сообщений. Принципы и методики расчета циклов коммуникационной кампании. Пила Зильске. Залповая, пульсирующая, цикличная, непрерывная стратегии размещения.		
	Практическое занятие № 8. Разбор кейсов медиапланов различных рекламных кампаний	**4**	
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 01.02.		**2**	
По МДК 01.02 предусмотрено написание курсовой работы			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Организация и проведение сбора материала по темам практических занятий. 2. Анализ и отбор примеров рекламных модулей по темам практических занятий. 3. Подобрать примеры вербальных и визуальных рекламных объектов, проанализировать их функциональную и эмоционально-образную нагрузку, определить характер акцентации текстового сообщения. 4. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 5. Подобрать примеры рекламных обращений, содержащих визуальные и вербальные элементы, проанализировать их структуру, дать оценку принципам и методам визуализации творческой концепции. 6. Разработка рекламного брифа. 7. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Выполнение и оформление практических работ. Подготовка сообщений и докладов. Подготовка к промежуточным аттестациям			
Консультации		2	
ПАтт		4	

Промежуточная аттестация по МДК 01.02 в виде экзамена		
Всего	68	
УП.01.01 Учебная практика	**36**	ОК 01, ОК 02 ОК 09 ПК 1.1 - ПК 1.4
ПП. 01.01 Производственная практика	**72**	
Промежуточная аттестация по ПМ 01. экзамен по модулю	**4**	
Всего:	**224**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1.Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие кабинета профессиональных дисциплин.

Учебная аудитория для проведения лекций, практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: нормативные документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды плакаты.

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: 21 ПК с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: Windows 7, Adobe Reader, 1с предприятие 8 (учебная версия), 7 zip, Adobe master collection cs4, Consulatant plus, Free pascal, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013, Бизнес пак, Adobe acrobat, Adobe design standard cs6, Adobe livecycle es2, Autodesk 3ds max 2014), переносной проектор, переносной МФУ (принтер, сканер, копир), цветной принтер, магнитофон, аудиоколонки.

3.2.Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Печатные издания не используются. Профессиональный модуль полностью обеспечен электронными изданиями.

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, № 12, ст. 1232. // СПС «Консультант плюс»
2. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 25.11.2009) // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/
6. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
7. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/

Основные электронные издания

1. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/544789
2. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21025-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559177

3. Карасев А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536809

3. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545416 (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительные электронные издания

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 233 с. — ISBN 978-5-9916- 9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937

2. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/543173

3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538424 (дата обращения: 20.02.2024).

4. Чернышева А. М. Управление продуктом: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/531384

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования
2. http://www.liber.rsuh.ru - Электронная библиотека РГГУ
3. http://www.znanium.com - ЭБС «Знаниум»
4. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
5. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/
6. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: http://www.iaa.ru/
7. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/
8. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
9. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
10. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
11. Рекламный сайт "Advertising.ru": http://www.advertising.ru
12. Сайт "Advertology.ru": ww

3.3.Общие требования к организации образовательного процесса

Учебный процесс по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) проводится с использованием как традиционных (лекции, практические занятия и т. п.), так и инновационных (использование

мультимедийных средств, интерактивное обучение, работа в сети Интернет и т. п.) форм и технологий образования.
Освоение программы модуля Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин.
Реализация программы модуля предполагает учебную и производственную практику. Программа учебной практики реализуется в рекламных агентствах города Москвы и Московской области, организациях и предприятиях различных организационно-правовых форм. Программа производственной практики реализуется в рекламных агентствах города Москвы и Московской области, организациях и предприятиях различных организационно-правовых форм. Обязательным условием допуска к учебной и производственной практике в рамках профессионального модуля является поэтапное освоение междисциплинарных курсов. Аттестация по итогам практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов. Учебная и производственная практика завершается зачётом студентами освоенных профессиональных компетенций.
Реализация модуля должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам по перечню основной и дополнительной литературы, доступом в Интернет. Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий). Библиотечный фонд должен быть укомплектован изданиями основной и дополнительной учебной литературы (изданными за последние 5 лет), а также справочными, библиографическими и периодическими изданиями.
Реализация программы ПМ предусматривает самостоятельную (внеаудиторную) работу обучающихся. Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.
При работе над курсовой работой по междисциплинарному курсу Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий для обучающихся проводятся консультации. Изучение программы модуля завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена по модулю для оценки усвоения общих и профессиональных компетенций по модулю.

3.4.Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.
Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения осуществляется преподавателем/ями в процессе проведения теоретических и практических занятий, а также занятий в форме практической подготовки, направленных на формирование общих и практических компетенций:

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
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 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы; ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка; ПК 1.3 Проводить анализ конкурентов; ПК 1.4 Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**Владеть навыками** Определять целевую аудиторию и целевые группы. Проводить анализ объема рынка Проводить анализ конкурентов. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. **Умения** - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; - целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж; - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; **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; методы работы в профессиональной и смежных сферах; приемы и методы современных рекламно-коммуникативных технологий; – формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; – нормативные правовые документы о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; приемы и методы делового общения и ведения переговоров; правила и нормы охраны труда; устройство и работу различных рекламных площадок: телевидения, блогов, социальных сетей, мессенджеров, сервисов контекстной рекламы (РСЯ, Google AdWords и другие), интернет, печатных изданий и т.д.	Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта. Оценка на экзамене по модулю.

«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

Рабочая программа профессионального модуля

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

для специальности

42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02. РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	29
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	32

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. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Рабочая программа профессионального модуля может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2. Место профессионального модуля в структуре образовательной программы: программа профессионального модуля Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Результаты освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и соответствующих ему общих и профессиональных компетенций:

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Владеть навыками** - проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. - использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности **Умения** - находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций; - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	
ПК 2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	- способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком. **Знания** - методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля ПМ. 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Индекс и наименование междисциплинарного курса, практики		Учебная нагрузка обучающихся, ч.							
	Итого часов (включая самостоятельную работу), ч.	Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	Всего	Работа во взаимодействии с преподавателем, ч.				Самостоятельная работа, ч.	Промежуточная аттестация, ч
					в т. ч.				
				Теоретические занятия	Практические занятия	Консультация	ПАтт		
ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**220**	**194**	**220**	**42**	**150**	**2**	**12**	**14**	Зачёт с оценкой, экзамен
МДК. 02.01. Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	62	52	62	26	26		4	6	Зачёт с оценкой
МДК.02.02. Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	46	34	46	16	16	2	4	8	экзамен
УП.02. Учебная практика, часов	36	36	36		36				Зачёт с оценкой
ПП.02. Производственная практика, часов	72	72	72		72				Зачёт с оценкой
Промежуточная аттестация в форме: экзамен по модулю	4		4				4		Экзамен
Всего	**220**	**194**	**220**	**42**	**150**	**2**	**12**	**14**	Зачёт с оценкой, экзамен

2.2 Содержание обучения по ПМ. 02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем в часах	Формируемые компетенции
1	2	3	4
ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		**220**	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		**62**	
Тема 1. Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций организации	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 1**. Стратегия и тактика в маркетинге. Виды стратегий в маркетинге: бизнес-стратегия, маркетинговая стратегия, стратегия маркетинговых коммуникаций - взаимосвязь целей, задач, инструментов. Понятие коммуникативной политики организации. Влияние стратегии деятельности фирмы на ее коммуникационную политику. Субъекты коммуникационной политики. Структура коммуникационной политики: коммуникационная стратегия, план маркетинговых коммуникаций, бюджет. Конкурентные стратегии. Структура планов МК и контроль их	4	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2

	эффективности.		
	Практическое занятие № 1. Анализ коммуникационной политики компании (по выбору) на основании ее присутствия в публичном пространстве.	4	
Тема 2. Комплекс маркетинговых коммуникаций	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Теоретическое занятие № 2. Понятие коммуникации и ее основные виды. Личные, межличностные, групповые, организованные, массовые, глобальные коммуникации. Основные функции коммуникации. Этапы развития коммуникаций. Коммуникативное пространство в маркетинге. Цели маркетинговых коммуникаций. Система маркетинговых коммуникаций организации. Место маркетинговых коммуникаций в маркетинге. Комплекс маркетинговых коммуникаций и его основные элементы. Виды маркетинговых коммуникаций: основные и синтетические. Основные коммуникационные задачи.	4	
	Практическое занятие № 2. 1. Разбор специфики ATL и BTL коммуникаций. 2. Место BTL –инструментов в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций. 3. Специфика основных видов маркетинговой коммуникации: реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи, прямой маркетинг. 4. Модели МК: классическая модель, транзакционный маркетинг, маркетинг взаимоотношений. Подобрать видеоролики известных брендов с целью использования в них разных уровней коммуникации: личные, межличностные, групповые, организованные и др. Подготовить презентацию. Защитить в группе.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2

Тема 3 Основы организации и проведения рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 3**. Коммуникационная акция, коммуникационная кампания и коммуникационная программа: определения, сравнительная характеристика. Рекламная и коммуникационная кампания: основные понятия и положения. Комплексная рекламная и PR кампании: коммуникативная общность, целевое и функциональное различия, цели и задачи. Интегрирование комплекса МК в структуру комплексной коммуникационной кампании как основа достижения высокой эффективности программы продвижения. Синергетический эффект маркетинговых коммуникаций. Классификация рекламных и коммуникационных кампаний. По объекту продвижения – имиджевая, продуктовая, торговая. По целям – вывод продукции на рынок, увеличение сбыта товаров/услуг, поддержание динамики продаж. По охвату – локальная, региональная, национальная, международная рекламная кампания. По целевой аудитории –	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	конечные потребители продукции (B2C), сегмент B2B, смешанные ЦА. По используемым средствам – комплексная или симплексная РК. По длительности – краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная. По активности воздействия – интенсивность РК может возрастать, спадать или держаться в одном диапазоне. Типология кампаний по целям, сферам применения, масштабам, длительности, технологиям. Проблема планирования и предсказуемости рекламного эффекта.		
	Практическое занятие № 3 Разбор коммуникационных кампаний известных брендов разных видов по объекту продвижения – имиджевой, товарной, торговой; по различным типам аудитории – в сегментах B2C, B2B, по целям продвижения - вывод новой ТМ на рынок, увеличение сбыта товаров, поддержание динамики продаж.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
Тема 4. Реклама и PR, как инструменты комплексных коммуникационных кампаний	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 4.** Реклама и PR ключевые виды маркетинговых коммуникаций. Сходства между рекламой и PR: одинаковые каналы коммуникации, совместная реализация стратегий, эффективность для	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2

	продвижения товаров и услуг, направленность на массовую аудиторию для повышения узнавания бренда. Различия в целях коммуникации рекламы и PR. Цели краткосрочные и долгосрочные, прямые и косвенные. Цели рекламы в рекламной кампании. Формирование долгосрочной информационной стратегия в PR. Различия в стратегиях рекламы и PR. Продуктовая и имиджевая стратегии в рекламе и PR. Работа с продажами, и работа по формированию имиджа и репутации. Различия в использовании способов воздействия. Продвижение товара средствами PR. Формирование рекламного пиара (лояльность + call-to-action)..		
	Практическое занятие № 4. Определите, какие рекламные и PR-инструменты можно использовать при продвижении следующих компаний и продуктов: • Мировое (общероссийское) турне музыкальной группы (по выбору). • Создание новой мобильной коммуникационной системы Nokia. • Свой проект. • Продвижение новой услуги системы доставки продуктов розничной торговой сети (по выбору).	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Обосновать причины использования рекламных и PR - инструментов и избранных стратегий.		
Промежуточная аттестация в виде аттестации с оценкой в третьем семестре			

Тема 5. BTL, директ маркетинг, продвижение в местах продаж. Их роль и место в структуре коммуникационных кампаний	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 5**. BTL: функции, задачи, основные направления и формы. Директ-маркетинг в системе маркетинговых коммуникациях. Тенденции директ-маркетинга. Direct mail (почтовые рассылки) как инструмент воздействия на целевую аудиторию. Адресные и безадресные рассылки. Организация рассылки, адресные базы данных, брокеры, покупка базы. Подготовка материалов, написание письма. Торговля по каталогу. Телемаркетинг в системе директ-маркетинговых инструментов. Телемаркетинг входящий и исходящий. Call центры. Телемаркетинг в исследованиях целевых потребителей \ клиентов. Классические директ-маркетинговые акции - B2C и B2B (акции, направленные на деловых партнеров и Акции, направленные на конечных потребителей). Одноступенчатые и многоступенчатые ДМ-акции. Виды продвижения в местах продаж. Мерчандайзинг: выкладка товара и реклама в местах продаж. Организация акций в местах продаж: виды, цели и задачи, механика, бюджет, оценка эффективности. Организация sales promotions (промо- акции, стимулирующие продажи) и brand promo's (имиджевых мероприятий). Работа промо-персонала (Сэмплинг). Программы "Mystery shopping"/ "Таинственный покупатель". Комплексный подход к продажам продуктовой категории в розничной точке (Категорийный менеджмент).	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 5 1.Проанализировать не менее пяти рассылок, поступающих на личную почту. 2Составить письмо для e-mail рассылки и коммерческое предложение в рамках своего проекта 3.Составить электронную базу партнеров своего проекта (для использования рассылки) **4.**Составить телефонную анкету. Подготовить коммерческое предложение по своему проекту. 5. Проанализировать промоакции в любой из выбранных торговых сетей	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2 2
Тема 6. Event-маркетинг как технология	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 6.** Принципы организации event-мероприятий. Events в структуре маркетинговых	**4**	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09

организации событий	коммуникаций. Events как вид PR -деятельности. Event-мероприятия как канал продвижения компании, технология брендирования. Event-менеджмент как методы и приемы управления отдельными бизнес- проектами. Принципы классификации event-мероприятий. Типология event- мероприятий. Виды event-мероприятий по группам: BTL (промо мероприятия), HR events (корпоративные мероприятия), Trade events (деловые специальные мероприятия), массовые Special events (специальные мероприятия) Классификация event-мероприятий в соответствии с маркетинговой средой и их функциональные задачи Событийная составляющая event-мероприятий: события реальные и организованные, корпоративные и открытые. Информационный повод как основа организации и проведения event-мероприятия. Проектирование event-мероприятия на основе модели жизненного цикла event- мероприятия. по Дж. Голдблатту: исследование, разработка, планирование, координация, оценка Этапы организации и проведения event-мероприятия.		ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 6 1. Разбор практики проведения открытого и корпоративного event-мероприятия. 2. Проектирование event-мероприятия на основе избранных моделей классификации в соответствии с индивидуальным рекламным проектом в соответствии со следующей структурой: □ Этапы планирования и проведения event-мероприятия**.** Выбор вида и формы event-мероприятия для проекта (индивидуально по заданной теме) □ Разработка брифа на проведение event-мероприятия □ Создание плана event- мероприятия. Формат XMind. □ Подбор партнеров, спонсоров, подрядчиков. Подготовка	4	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2

	документов и правила работы □ Управление организационно-техническими аспектами event-мероприятия. □ Аренда помещения и оборудования. □ Разработка бюджета мероприятия Защита проекта		
Тема 7. Стимулирование сбыта как инструмент маркетинговых коммуникаций	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 7**. Определение стимулирования сбыта. Сущность, преимущества и недостатки СТИС. Постановка целей и задач в сфере стимулирования сбыта. Особенности стратегических, тактических и оперативных целей стимулирования. Сбытовой аппарат фирмы, посредник и потребитель как основные группы воздействия. Методы стимулирования сбыта. Виды скидок. Купоны, конкурсы, лотереи, игры. Алгоритм выбора средств стимулирования для конкретной программы стимулирования сбыта. Разработка и реализация комплексной программы стимулирования сбыта. Общее и избирательное стимулирование покупателей. Стимулирование сферы торговли и потребителей. Цели и задачи стимулирования сферы торговли. Стратегия и методы стимулирования продавцов и посредников. Стимулирование торговли при пробных и повторных покупках. Способы стимулирования пробных и повторных покупок потребителями	4	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 7 1.Разбор успешных кейсов по проведению акций по стимулированию сбыта. 2.Обосновать как используются нормы права при организации мероприятий по стимулированию сбыта. 3.Разработать проект комплексной программы по стимулированию сбыта для маркетплейса с использованием различных методов стимулирования сбыта: скидки, купоны, конкурсы, лотереи, игры.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2

Тема 8. Интегрированные маркетинговые коммуникации	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 8**. Основные подходы к формированию программ продвижения. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК), особенности их разработки использования. Маркетинг-микс в интеграции маркетинговых коммуникаций. Виды интеграции маркетинговых коммуникаций. Факторы, определяющие эффективность ИМК. Модели ИМК. Стратегии ИМК. Разработка плана ИМК. Технологии интегрирования средств маркетинговых коммуникаций в целостную программу. Управление процессом интегрированных маркетинговых коммуникаций.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 8. Новая коммуникационная среда: цифровизация, интерактивность, «вовлеченность». Базовые подходы и технологии реализации эффективных TTL- стратегий. Интегрированные TTL (through the line) программы как комплексный подход к продвижению товара на рынке (ATL+BTL)	2	
	Практическое занятие № 9. Анализ использования интегрированных маркетинговых коммуникаций в комплексной компании по продвижению бренда «Вкусно-и точка». Удачные и неудачные решения.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
Самостоятельная работа при изучении МДК 02.01 Подготовка к практическим занятиям и тренингам.		**6**	
ПаТТ		4	
Промежуточная аттестация в виде зачёта с оценкой			
Всего по МДК 02.01		**62**	

МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		**46**	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
Тема 1. Виды рекламных стратегий, Стратегические подходы к проектированию рекламных кампаний.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 1**. Стратегия маркетингового, рекламного продвижения. Виды рекламного планирования. От маркетинговой стратегии к рекламной стратегии. Маркетинговая стратегия, рекламная стратегия, стратегия обращения, медиастратегия, креативная концепция. Планирование рекламной стратегии. Типы рекламных стратегий. Основы коммуникационной стратегии организации. Разработка коммуникационной политики на основе цифрового маркетинга-микс. Ситуационный анализ. Внешняя	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	и внутренняя среда организации. Стратегический анализ внешней среды. Потребительский спрос и методы сегментирования рынка. Товарное предложение. Анализ конкурентной среды: модель конкурентных сил Портера, матрица Бостонской группы. Стратегический анализ внутренних ресурсов организации: доля рынка, клиентская база, SWOT–анализ. Количественные и качественные методы исследований на этапе ситуационного анализа. Виды стратегий: стимулирующая, развивающая или креативная стратегия.		
	Практическое занятие № 1. На основе матрицы Росситера-Перси спроектировать рекламную стратегию по продвижению молодежной одежды модного итальянского бренда «Alcott» на российский рынок. *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*	1	

Тема 2. Алгоритм построения рекламных кампаний	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 2**. Технология планирования рекламной кампании. Виды рекламных кампаний для достижения различных маркетинговых целей и воплощения рекламных концепций: традиционная кампания в СМИ; сезонная стимулирующая кампания; кампания по запуску продукта; кампания по повышению узнаваемости бренда; ребрендинговая кампания; кампания по запуску бренда; конкурсная кампания; кампания рассылок по электронной почте. Тип реализации кампании: онлайн или офлайн среда, смешанный тип кампании. Зависимость реализации кампании от бизнес-целей организации. Этапы комплексной рекламной кампании: Ситуационный анализ внешней и внутренней среды организации. Постановка целей и задач кампании. Позиционирование, как разработка стратегии коммуникационной кампании. Проектирование творческой концепции. планирование и реализация рекламного бюджета, постоянные и переменные расходы. Медиастратегия. Комплекс немедийных коммуникаций (BTL), как организация тактических решений рекламной стратегии. Их цели, специфика, инструменты. Оценка эффективности кампании.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 2.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Проанализировать не менее 6 рекламных кампаний по продвижению известных брендов в соответствии с выделенными этапами РК. *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*		ПК 2.1 - ПК 2.2

Тема 3. Позиционирование, как разработка стратегии бренд-коммуникационной кампании.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 3**. Цели и значение позиционирования. Этапы процесса разработки позиционирования: определение целевого рынка, оценка текущего восприятие торговой марки и конкурентов, разработка и тестирование возможных концепций позиционирования товара, написание стратегии позиционирования, а также контроль конкурентоспособности утвержденной стратегии в дальнейшем. Особенности позиционирования товаров и услуг в условиях различных рынков. Основные приемы позиционирования. Концепция позиционирования по Дж.Трауту и Э.Райсу. Современные виды позиционирования товара: позиционирование против товарной категории, принцип «проблема — решение», ассоциативный (имиджевый) метод позиционирования, противопоставление торговой марки определенному конкуренту, метод использования продукта, позиционирование по типу потребителя, по основной выгоде использования товара, по отличительным характеристикам.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 3. Метафора войны в маркетинге. Понятие маркетинговых войн Э. Райса и Дж. Траута. Их влияние на выбор стратегии. Подобрать примеры реальных рыночных ситуаций. Контрольная работа №2. По книге Э. Райс, Дж. Траут. Маркетинговые войны. С-Пб,2021). *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
Тема 4 Проектирование творческой концепции стратегии бренд-коммуникационной кампании.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 4.** Творческая стратегия, как основа содержательно-смыслового наполнения информационного пространства для целевой аудитории коммуникационной кампании. Формирование творческой идеи и особенности ее реализации. Поиск творческих решений методом направленных ассоциаций. Процесс оформления творческой идеи и создание стратегии обращения. Реализация творческой стратегии. Основные типы рекламных стратегий обращения. Рационалистические и проекционные (трансформационные) стратегии: их достоинства, недостатки,	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2

	критерии эффективности. Термины USP (уникальное товарное утверждение) и ESP (Эмоциональное торговое предложение) в широком понимании. Факторы, влияющие на выбор стратегии обращения.		
	Практическое занятие № 4. 1.Просмотрите не менее 10 сайтов, продвигающих такую же торговую марку, как и ваша, и определите, есть ли в торговом предложении продающая идея. 2.На основе таблицы соответствия проанализируйте варианты перечисленных фактов вашего ТМ и ТМ конкурентов могут стать продающей идеей для вашего товара. *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
Тема 5. Стратегии рекламного обращения рационалистического типа	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 5.** Разновидности рационалистических стратегий. Родовая рекламная стратегия: описание, условия использования, примеры.Стратегия преимущества: описание, условия использования, примеры. Модель “интенсификации/ослабления” Х. Рэнка. Стратегия "уникальное торговое предложение" Р. Ривса как стратегия коммуникации: описание, условия использования, примеры. Современное осмысление стратегии УТП. Истинные и ложные уникальные торговые предложения. Информационная основа и риторическая основа уникального торгового предложения. УТП и когнитивный диссонанс.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.25
	Практическое занятие № 5 Контрольная работа №2. Метафора войны в маркетинге. Понятие маркетинговых войн Э. Райса и Дж. Траута. Их влияние на выбор стратегии. (Э. Райс, Дж. Траут. Маркетинговые войны. - С-Пб,2021). Анализ удачных и неудачных маркетинговых действий торговых сетей: «Магнит». «ВкусВилл», «Дикси». «Седьмой континент». *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
Тема 6 Стратегии обращения проекционного типа.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 6.** Разновидности проекционных (трансформационных)	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2

	стратегий. Основные стратегии эмоционального типа, которые используются в современной рекламе.		
	Стратегия "резонанс": описание, условия использования, примеры. Стратегия "имидж марки": описание, условия использования, примеры. Аффективная стратегия: описание, условия использования, примеры. Причины популярности аффективной стратегии на российском рынке Психологическая дифференциация потребителя. Создание рекламных образов и ассоциаций.		
	Практическое занятие № 6. Подобрать примеры на разные виды рекламных стратегий проекционного типа. Дать оценку уместности использования конкретного вида стратегии в каждом приведенном примере. *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*	1	
Тема 7 Информационное сопровождение специальных мероприятий в коммуникационных кампаниях	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 7.** Организация наполнения информационного поля бренд-коммуникационной кампании. Взаимосвязи компании со средствами массовой информации с учетом трансформации современной медиасистемы: структура, принципы управления и организации. Базовые технологии развития PR-коммуникаций в среде Интернета. Традиционные и новые медиа. Конвергенция СМИ. Сегментация СМИ: информационные агентства, газеты и журналы, радио и телевидение. Типовые и видовые характеристики СМИ. Особенности работы с различными СМИ. Работа с социальными сетями: блогерами и инфлюенсерами. Сайты компании и партнеров. Специальное мероприятие как информационный повод. Самостоятельное информационное сопровождение специальных мероприятий: создание медиаконтента (видео, тексты, аудио, фото, дизайн-продукты), продвижение мероприятий в социальных сетях, в интернете, офлайн-методами. Правила установления и поддержания профессиональных коммуникаций с медиаканалами.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2

	Практическое занятие № 7. 1. Анализ работы организаторов мероприятий со СМИ (информация из открытых источников). 2. Разработка программы участия представителей традиционных и новых медиа в специальных мероприятиях. *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*	2	
Тема 8 Медиастратегия коммуникационной кампании	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие №** 8. Разработка медиастратегии. Базовые инструменты медиастратегии: эффективный контакт, охват, частота контактов. Этапы разработки медиастратегии. Критерии выбора медиаканалов. Особенности их совместного использования в рамках одной кампании. Выбор медианосителей: индексы соответствия целевой аудитории, охват, рейтинг и планирование выходов рекламных сообщений, стоимость контакта. Виды медиапланов, цели и задачи. Модели эффективного размещения ключевого сообщения в контексте выбранного носителя. Выбор жанров видов различных видов маркетинговых коммуникаций. Закупка медиа-размещения. Определение частоты повторения рекламных сообщений. Кривая Вундта, эффекты насыщения и цикличности сообщений. Принципы и методики расчета циклов коммуникационной кампании. Пила Зильске. Залповая, пульсирующая, цикличная, непрерывная стратегии размещения.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 8. Разбор и анализ представленных медиапланов. *Разработать недельный контент-план в конкретной социальной сети* *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*	2	

Тема 9 Реализация стратегии коммуникационной кампании	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 9.** Общий принцип распределения сил, средств и мероприятий в рамках кампании. Выбор основной стратегии кампании: стратегия рывка, быстрого финала, большого события, крейсерская стратегия. Стратегия немедийных коммуникаций (BTL). Составления конкретного плана- графика мероприятий. Определение сроков проведения коммуникационной кампании. Выбор основных направлений деятельности и организация тактических решений коммуникационной кампании: организация специальных событий, коммуникационных акций, коммуникации на основе этих событий, учет времени и контроль. Формирование маркетинговой воронки.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 9. Разработка сценария специального мероприятия с расчетом затрат и программы продвижения. *Практика работы с индивидуальным рекламным проектом*	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
Тема 10 Оценка эффективности бренд-коммуникационной кампании	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 10.** Подходы к оценке эффективности коммуникационной кампании. Оперативный контроль и поэтапная корректировка реализации коммуникационной кампании. Методика определения промежуточных и результирующих итогов коммуникационной кампании. Методы и модели оценки. Ключевые показатели эффективности (KPI). Анализ целевой аудитории. Анализ взаимоотношений потребителя и товара. Тестирование рекламы или информационного контента. Мониторинг рекламы. Исследование средств рекламы. Автоматизированные сервисы мониторинга и анализа СМИ и социальных медиа. Оценка эффективности восприятия рекламного сообщения.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 2.1 - ПК 2.2
	Практическое занятие № 11: Оценка экономической и коммуникативной эффективности коммуникационной кампании в условиях работы в кросс-культурном пространстве. Экзамен	2	

Самостоятельная работа при изучении МДК 02.02 1. Работа над подготовкой и реализацией индивидуального проекта «Проектирование рекламной кампании по индивидуальному заданию» 2. Изучение материала лекций, источников и литературы. 3. Подготовка к практическим занятиям. 4. Решение ситуационных задач по темам. 5. Подготовка докладов.	**8**	
ПАтт	**4**	
Консультация	**2**	
Всего	**46**	
Учебная практика **Виды работ** Вводный инструктаж в организации. 1. Общая характеристика организации: – Организационно-правовая форма, структура, функции, основные направления деятельности организации. – Изучение и анализ действующего законодательства, регулирующего деятельность организации. 2. Маркетинговое обеспечение реализации рекламного продукта: – Анализ состава рынка. – Проведение сегментирования на рынке.	**36**	
– Разработка плана проведения исследований потребителей. – Разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. – Подготовка плана проведения рекламной кампании. 3. Правовое обеспечение реализации рекламного продукта: – Подготовка основных видов документов по сопровождению взаимодействия рекламного агентства (группы исполнителей) с рекламодателем, подрядчиками, субъектами договорных отношений. 4. Подведение итогов практики и систематизация документов по практике.		

Производственная практика. Виды работ **1. Маркетинговое обеспечение реализации рекламного продукта** – Разработка плана проведения исследований потребителей. Разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. Подготовка плана проведения рекламной кампании. **2. Правовое обеспечение реализации рекламного продукта** – Подготовка основных видов документов по сопровождению взаимодействия рекламного агентства (группы исполнителей) с рекламодателем, подрядчиками субъектами договорных отношений.	**72**	
Экзамен по модулю ПМ 02	**4**	
Всего ПМ 02	**220**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие кабинета профессиональных дисциплин.

Учебная аудитория для проведения лекций, практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: нормативные документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды плакаты.

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: 21 ПК с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: Windows 7, Adobe Reader, 1с предприятие 8 (учебная версия), 7 zip, Adobe master collection cs4, Consulatant plus, Free pascal, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013, Бизнес пак, Adobe acrobat, Adobe design standard cs6, Adobe livecycle es2, Autodesk 3ds max 2014), переносной проектор, переносной МФУ (принтер, сканер, копир), цветной принтер, магнитофон, аудиоколонки.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Печатные издания не используются. Профессиональный модуль полностью обеспечен электронными изданиями.

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, № 12, ст. 1232. // СПС «Консультант плюс»
2. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 25.11.2009) // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/
6. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
7. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/

Основная электронные издания

1. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/544789
2. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21025-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559177

3. Карасев А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/536809

3. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545416 (дата обращения: 21.02.2024).

Дополнительные электронные издания

1. Жильцова О.Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 233 с. — ISBN 978-5-9916- 9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937

2. Душкина М.Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/543173

3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538424 (дата обращения: 20.02.2024).

4. Чернышева А.М. Управление продуктом: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/531384

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования
2. http://www.liber.rsuh.ru - Электронная библиотека РГГУ
3. http://www.znanium.com - ЭБС «Знаниум»
4. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
5. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/
6. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: http://www.iaa.ru/
7. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/
8. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
9. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
10. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
11. Рекламный сайт "Advertising.ru": http://www.advertising.ru
12. Сайт "Advertology.ru": ww

3.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Учебный процесс по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) проводится с использованием как традиционных (лекции, практические занятия и т. п.), так и инновационных (использование мультимедийных средств, интерактивное обучение, работа в сети Интернет и т. п.) форм и технологий образования.

Освоение программы модуля Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин.

Реализация программы модуля предполагает учебную и производственную практику. Программа учебной практики реализуется в рекламных агентствах города Москвы и Московской

области, организациях и предприятиях различных организационно-правовых форм. Программа производственной практики реализуется в рекламных агентствах города Москвы и Московской области, организациях и предприятиях различных организационно-правовых форм. Обязательным условием допуска к учебной и производственной практике в рамках профессионального модуля является поэтапное освоение междисциплинарных курсов. Аттестация по итогам практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов. Учебная и производственная практика завершается зачётом студентами освоенных профессиональных компетенций.

Реализация модуля должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам по перечню основной и дополнительной литературы, доступом в Интернет. Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий). Библиотечный фонд должен быть укомплектован изданиями основной и дополнительной учебной литературы (изданными за последние 5 лет), а также справочными, библиографическими и периодическими изданиями.

Реализация программы ПМ предусматривает самостоятельную (внеаудиторную) работу обучающихся. Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

При работе над курсовой работой по междисциплинарному курсу Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий для обучающихся проводятся консультации.

Изучение программы модуля завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена по модулю для оценки усвоения общих и профессиональных компетенций по модулю.

3.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения осуществляется преподавателем/ями в процессе проведения теоретических и практических занятий, а также занятий в форме практической подготовки, направленных на формирование общих и практических компетенций:

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках ПК 2.1Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.2Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	**Владеть навыками** - проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. - использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации,и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности **Умения** - находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций; - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан; - способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком. **Знания** - методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний	Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта. Оценка на экзамене по модулю.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

Рабочая программа профессионального модуля

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

для специальности

42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03. ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА	31
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	34

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля ПМ 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа профессионального модуля может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2. Место профессионального модуля в структуре образовательной программы: программа профессионального модуля Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Результаты освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и соответствующих ему общих и профессиональных компетенций:

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Знания, умения**
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Владеть навыками:** - продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде. Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий **Умения** - разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернет; - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности. **Знания** - специфик механизма торгового бренда; - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью онлайн технологий.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	
ПК 3.1-ПК 3.3	- разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. - разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. - проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	

	-	

1.4. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Очная форма обучения всего – 218 часа, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 218 часа, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 192 часа; самостоятельной работы обучающегося – 14 часа;
промежуточная аттестация – 4 часа; учебной практики – 36 часов; производственной практики –72 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1 Тематический план профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

(очная форма обучения)

Индекс и наименование междисциплинарного курса, практики		**Учебная нагрузка обучающихся, ч.**							
	Итого часов (включая самостоятельную работу), ч.	**Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)**	**Всего**	**Работа во взаимодействии с преподавателем, ч.**				**Самостоятельная работа, ч.**	**Промежуточная аттестация, ч**
					в т. ч.				
				Теоретические занятия	Практические занятия	Консультация	ПАтт		
ПМ. 03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	218	192	218	40	148	4	12	14	Зачёт с оценкой, экзамен
МДК.03.01. Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	54	42	54	20	20	2	4	8	экзамен
МДК 03.02. Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	52	42	52	20	20	2	4	6	экзамен
УП.01.01 Учебная практика, часов	36	36	36		36		-	-	Зачёт с оценкой
ПП.01.01 Производственная практика, часов	72	72	72		72		-	-	Зачёт с оценкой
Промежуточная аттестация в форме: экзамен по модулю		-	4		-		4	-	
Всего									Зачёт с оценкой,

									экзамен

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся**	**Объем в часах**	**Формируемые компетенции**
1	**2**	**3**	**4**
ПМ. 03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		**218**	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		**54**	
Модуль 1. Технологии цифрового маркетинга и цифровая трансформация коммуникационного пространства			
Тема 1. Маркетинговые основы изучения интернет-рынка	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 1**. Интернет-маркетинг: основные понятия и концепции. Электронная коммерция. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России. Введение в digital-маркетинг. Сущность, понятие, особенности и принципы. Цифровые коммуникации и бизнес. Деловые коммуникации в цифровой среде Digital -маркетинг в построении современной бизнес- концепции предприятия.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	Практическое занятие № 1. Интернет-рынок и его структура. Комплекс маркетинга 4Р для интернет-рынка. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга. Особенности ведения товарной политики в Интернете. Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете. Особенности ведения ценовой политики в Интернете. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете. Модель ценообразования на интернет-рынке. Анализ интернет-рынка компании на основе комплекса маркетинга 4Р, 7Р.	1	

Тема 2 Основы цифровых коммуникаций	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 2.** Основные понятия в сфере цифровых коммуникаций. Современное развитие цифровых коммуникаций. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга: интернет, социальные медиа, облачные хранилища, персональные коммуникации, цифровая реклама, гео-сервисы, цифровое вещание. Организация информации в интернете. Понятие мультимедийной фиксации информации в интернете. Информационные коммуникационные технологии, их классификация. Типология интернет-коммуникации по аудитории (внутренняя, внешняя), целям и задачам (имиджево- презентационная, лоббистская), авторству (персональная, мультиперсонная), характеру институализации (официальная, неофициальная), коду (конструктивная, деструктивная), масштабу коммуникации (национальная, интернациональная), по уровню коммуникации (индивидуальная, групповая, массовая), вектору навигации (горизонтальная, вертикальная), функции (навигационная, конечная). Правовые нормы интернет-маркетинга в сети Интернет.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 2. 1. Анализ видов рекламы в Интернет на примере онлайн СМИ, аккаунтов 3-х блогеров, 3-х сообществ в ВК. 2. разобраться в правилах маркировки рекламы на основании Закона РФ Федеральный закон от 02.07.2021 N 347-ФЗ (ред. от 14.07.2022) "О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе". Пошагово расписать свои действия по маркировке рекламы на примере, трех выбранных материалов в анализируемых носителях.	1	

Тема 3. Виды цифровых коммуникаций	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 3**. Понятие интернет-ресурса. Основы создания цифровых ресурсов и обеспечение их функционирования в глобальной сети. Виды цифровых коммуникаций: Электронная почта, Сообщения в чатах, Видеоконференции, Социальные сети, VoIP устройства, Чат-боты, SMS, сайты. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг в интернете. Технологии общения в интернете: один к одному, многие ко многим, один ко многим, многие к одному. Личные ресурсы. Социальные сети. Виртуальные миры. Виртуальные игры. Цифровая среда межличностной коммуникации. Мобильные приложения. Нативная реклама в Интернете и контент-маркетинг. Виды и способы представления нативной рекламы в социальных сетях. Понятие «брендированный контент», особенности распространения брендированного контента. Стратегии сарафанного радио. Пользовательский маркетинг. Технологии дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 3 Анализ содержания блогов по различным тематическим направлениям. Оценка работы с подписчиками. Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и Google Adword.	1	
Тема 4. E-mail маркетинг	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 4**. Понятие интернет-ресурса. Электронная почта и иные средства обмена сообщениями. Внутренняя и внешняя почта: контент, функции, особенности. Информация электронной почты как сообщение связей с общественностью. Рассылки электронной почты. Виды рассылок. Рассылки в системе коммуникации связей с общественностью. Спам-рассылки в практике интернет-коммуникации связей с общественностью и рекламы. Сайт как корпоративная база знаний. Интернет-сайт и формирование корпоративной системы ценностей. Управление корпоративной системой ценностей. Внутренние корпоративные издания. Внешние сайты. Экстранет-сайты.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	Практическое занятие № 4 1. E-mail маркетинг. Типы рассылок. Сервисы E-mail - рассылок. Формирование базы подписчиков (формат Single Opt-in, Double Opt-in, подписка на сайте и тп). Сегментация подписной базы. Составление письма. 2. Составить письмо под конкретный сегмент подписчиков (на основе созданного сообщества в Вконтакте) **3 Тест** - https://forms.gle/Wb56SVf9hHuRYaMu5	1	
Тема 5. Сайт, как основной коммуникативный инструмент цифрового маркетинга	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 5.** Сайт, как инструмент цифрового маркетинга, как институциональный ресурс связей с общественностью и рекламы. Сайт как корпоративная база знаний. Интернет-сайт и формирование корпоративной системы ценностей. Управление корпоративной системой ценностей. Внутренние корпоративные издания. Внешние сайты. Экстранет-сайты. Личные ресурсы. Социальные сети. Виртуальные миры. Виртуальные игры. Классификация и виды сайтов: информационный, коммуникационный, интегральный. Поисковое продвижение сайтов. Технологии привлечения посетителей на сайт. Веб-аналитика необходимая владельцу веб-ресурса. Технические возможности сервисов сбора статистики о посетителях «Яндекс Метрика» и «GoogleAnalytics». Посадочная страница коммерческого сайта. Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети интернет. Поисковое продвижение сайта. Способы привлечения посетителей из поисковых систем. SEO– аудит сайта. Контекстная и таргетированная реклама. Поисковая оптимизация (SEO).	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	Практическое занятие № 5. 1. Виды сайтов. Платформы, на которых создают сайт. Способы продвижения сайта: традиционные способы, интернет-инструменты. 2. Создание HTML-сайт. 3. Создание сайта на платформе Tilda	1	
	Самостоятельная работа	2	
Модуль 2. Новые медиа и организация рекламно-информационного пространства в цифровой среде			

Тема 1. Интернет как информационно – коммуникационное пространство	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие** № 6. Характеристика сети Интернет как средства глобальных коммуникаций, как социальная и медийная среда. Традиционные, цифровые и новые медиа: их ключевые различия. Коммуникационные службы Интернета. Инструменты просмотра и поиска распределенных ресурсов. Коммуникативные технологии в рамках современных маркетинговых коммуникаций, интегрированные коммуникации. Информационная повестка дня.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 6 Охарактеризовать новые способы коммуникации в Интернет на примере различных интернет-ресурсов.	1	
Тема 2. СМИ как тип ресурсов в Интернете	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие** № 7. СМИ в составе социальных коммуникаций в интернете. Общие и специфические свойства интернет-СМИ. Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Классификация интернет-СМИ. Их статусные признаки и свойства: гиперсексуальность, мультимедийность, интерактивность, трансграничность, универсальность и специализация. Особенности состава аудитории интернет СМИ. Периодичность обновления информации.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 7. 1.Разобрать примеры конкретных сайтов, которые можно отнести к разным видам социальных коммуникаций. 2. Привести примеры массовых коммуникаций в Интернете, кроме тех ресурсов, которые относятся к СМИ. 3. Проанализировать содержание (контент) не менее трех интернет-СМИ и определить - особенности построения и содержания информации. - основные типизационные признаки СМИ - как используются в них мультимедийные технологии - как проявляются свойства интерактивного общения.	1	

Тема 3. Дифференциальные признаки новых медиа и их характеристика.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 8**. Понятие новых медиа. Ключевые признаки новых медиа и их отличия от традиционных медиа. Разновидности новых медиа: подходы к классификации. Характеристика новых медиа. Дифференциальные признаки новых медиа и их характеристика. Интернет технологическая и коммуникационная среда существования новых медиа. Цифровой способ кодировки информации. Персональный подход и возможность индивидуальных настроек ресурса. Выбор способов доставки информации (подписка, RSS-рассылка, соцсети и пр.),	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 8. 1. Дать характеристику и выделить различия традиционных, цифровых и новых медиа на основе конкретных примеров провести сравнительный анализ. 2. Подобрать в Интернет примеры разных видов медиа и охарактеризовать их, выделив особенности.	1	
Тема 4. Новые медиа как многоканальное СМИ.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 9.** Новые медиа как многоканальное СМИ. Преимущества и форматы медийной рекламы. Технологии медийной рекламы (ретаргетинг и ремаркетинг, поведенческий таргетинг, RTB). KPI медийной рекламы. Яндекс Метрика для медийной рекламы. Яндекс.Аудитории Сторителлинг в цифровую эпоху, лучшие практики. тапы и принципы проектирования проекта в сфере новых медиа. Основные платформы и программные продукты. Методы моделирования и генерации идей для производства мультимедийных проектов. Редакционная подготовка контента, планирование интерактивных элементов, современные технологические возможности и требования. технологии и принципы создания мультимедийных историй. Типы контента. Визуальный контент: интернет платформы и программные продукты для его производства. Веб-типографика, пользовательский интерфейс и функциональные элементы мультимедийного проекта. Языки веб-программирования: HTML / CSS / JavaScript. Необходимые навыки для работы над мультимедийным проектом и отдельными компонентами. Процесс публикации в традиционных и новых медиа.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	Практическое занятие № 9. Проанализировать возможности размещения конкретного события на различных интернет ресурсах. Найти в интернет-СМИ (по выбору не менее трех носителей) материалы открыто оплаченные и материалы со скрытой поддержкой, сравнить приемы, которые используются для продвижения товара. Тема материалов в соответствии с разрабатываемым студентом индивидуальным проектом рекламной кампании	1	
Тема 5. Социальные сети: принципы работы и характеристика	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 10.** Социальные сети: виды, структура и характеристика. Понятие и сущность социальной сети. Виды социальных сетей. Обзор основных социальных сетей: Twitter. Telegram, ВКонтакте. Meta*. Instagram , Одноклассники, Дзен, YouTube Rutube. Понятие блога и блоггинга. Блоггинг-платфомы. Особенности функционирования блогосферы. Российские общественно-политические блогеры. Блогеры и инфлюенсеры. Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube, Rutube). Видеохостинги и их особенности. Роль видеохостингов в создании новостного контента. Youtube как видеохостинг. Новостные возможности видеохостингов. Принципы работы отзовиков и рекламных досок. Преимущества и форматы медийной рекламы. Технологии медийной рекламы (ретаргетинг и ремаркетинг, поведенческий таргетинг, RTB). Инструменты продвижения в социальных медиа. Интеграция сайта с социальными сетями. Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению торговых марок и имиджа компаний. KPI медийной рекламы. Яндекс Метрика для медийной рекламы. Яндекс.Аудитории	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 10. 1. Выделить основные форматы публикаций в социальных сетях. Провести их сравнительный анализ и создать классификационную таблицу. 2. Подготовка постов различных видов для различных интернет ресурсов по заданной теме.	1	

Тема 6 Маркетинг мобильных приложений	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 11.** Структура участников мобильного рынка (операторы, store, производители приложений). Механизмы формирования мобильной аудитории. Аналитика мобильной воронки продаж. Создание и продвижение мобильных решений. Элементы мобильного маркетинга. Возможности мобильных приложений. Категории мобильных приложений. Рассылка SMS, MMS, e-mail. Мобильные приложения и мобильные сайты. Основы функционирования мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber. Мобильные версии социальных сетей. Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте. Особенности социальных медиа в мобильной среде. Видео в мобильном сегменте. Геотаргетинг	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 11 1. Определить какие инструменты мобильного маркетинга подходят для следующих видов бизнеса: финансовые услуги, товары FMCG, продажа билетов на концерты и другие культурно-развлекательные мероприятия 2. Привести примеры использования карт в рекламе с использованием мобильного устройства.	1	
	3. Охарактеризовать особенности применения мобильных приложений в социальных сетях.		
	Самостоятельная работа	2	
Модуль 3. Создание интернет-контента и способы его продвижения в интернет			
Тема 1. Основы формирования интернет-контента.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 12**. Концепция современного контент-маркетинга. Новые формы интерактивности. Виды контента в интернет-ресурсах. Контент как основной фактор оптимизации текста для продвижения сайтов и ресурсов социальных сетей. Классификация контента для социальных сетей: по типу генерации - уникальный, рерайт, переводной, переупакованный; по содержанию и целям - обучающий, коммуникативный, продающий, новостной, пользовательский, репутационный, развлекательный. Типология рекламной коммуникации в интернете. Вирусный маркетинг в Интернете. E-mail-маркетинг. Баннерная реклама и инструменты ее автоматизации. Типы баннеров.. Оценка характеристик интернет-ресурсов. Параметры оценки интернет-ресурса. RTB–технология интернет-рекламы. Продвижение компании с помощью SMM. Обзор популярных социальных сетей. Social Media Optimization (SMO). Мониторинг социальных сетей и блогов. Новые цифровые технологии. Медиа-показатели эффективности.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	Стратегия разработки контент-маркетинга. Типы контента. Понятие "White-paper". Варианты распространения контента. Понятие "нативная реклама". Характерные признаки нативной рекламы. Эффективность нативной рекламы. Виды и форматы нативной рекламы. Преимущества и недостатки. Особенности визуального контент: интернет-платформы и программные продукты для его производства. Веб-типографика, пользовательский интерфейс и функциональные элементы мультимедийного проекта. Языки веб-программирования: HTML / CSS / JavaScript. Необходимые навыки для работы над мультимедийным проектом и отдельными компонентами. Процесс публикации в традиционных и новых медиа.		
	Практическое занятие № 12. <u>Задание 1.</u> Способы создания интернет-контента разных типов. Работа с текстовым, графическим и видеоконтентом. Ресурсы для создания различных видов контента. 1. Текстовый контент. Написать продающее письмо (на ваш выбор: вы продаете спички, чайник или полеты на марс) В письме должна быть озвучена проблема для клиента, его боль, использоваться слова-магниты, призывы к действию. 2. Взять в интернете любое описание товара или статью и сократите этот текст в 5 раз без потери смысла 2. Графический контент. Инфографика. Создание инфографики на тему выполняемого рекламного проекта. 3. Вебинары, книги и исследования как особый вид контента. Поиск примеров использования опросов в соцсетях. Успешных и провальных. <u>Задание 2.</u> Работа по созданию видеоконтента. 1. Задачи, которые решает видеоконтент. Форматы видео. Создание видео: команда и стоимость. Размещение видео (видеохостинги, площадки, рекламные сети и проч.) 2. RuTube. Оформление канала, продвижение видео, оптимизация видеоролика. Реклама на RuTube и рекламные форматы. Аналитика. Важные правила RuTube. 3. Shoppable- идео. VK Реклама формат Shoppable Ads. 4. Стримы. Анализ платформы Twitch. Рекламные форматы.	1	

	5. Видеообзоры и персонализованные видео 6. Тик ток, лайк Задание 3. Принципы создания LSI-контента. Внедрение ключевых словосочетаний в заголовки, контент и метатеги. Найти и проанализировать виды и особенности примеров рекламы в интернет. (Не менее трех вариантов по каждому виду. 1. Понятие "нативная реклама". Характерные признаки нативной рекламы. Эффективность нативной рекламы. Виды и форматы нативной рекламы. Преимущества и недостатки. Различие контент маркетинга и нативной рекламы. 2. Баннерная реклама. Статичные и анимированные. Размеры баннеров. Форматы: Rich Media, Pop-up, текстово-графический блок, растяжка, имитация ,оверлей. 3. Видеореклама. Основные форматы: пре-роллы, мид-роллы, пост-роллы. 3. Понятие «брендированный контент», особенности распространения брендированного контента. Стратегии сарафанного радио. Пользовательский маркетинг.		
Тема 2 Технологии цифрового маркетинга в продвижении интернет-контента.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 13.** Цифровые маркетинговые каналы. Методы цифрового маркетинга, такие как поисковая оптимизация (SEO), маркетинг в поисковых системах (SEM), контент-маркетинг, маркетинг влияния, автоматизация контента, маркетинг на основе больших данных, маркетинг в электронной коммерции, маркетинг в социальных сетях, прямой маркетинг по электронной почте, медийная реклама, электронные книги и игры. Цифровые медиа: мобильные телефоны (SMS и MMS), обратные вызовы и удерживаемые мобильные мелодии звонка.Технологии интернет-маркетинга в формировании и управлении брендами и компаниями.		

	Практическое занятие № 13. 1. CPA-сети. Работа агрегатора партнерских программ. Преимущества и сложности работы. Создание партнерской программы или использование сервисов. Агрегатор Admitad 2. Инструменты мобильного маркетинга: мобильные сайты, приложения, QR-коды, мобильная реклама, мессенджеры и чат-боты, SMS и MMS рассылки, IVR-порталы для компаний и автозвонилки. Аналитика 3. Telegram-каналы. Реклама - официальная и неофициальная. Запуск рекламы в Telegram Ads. Telemetr - аналитика каналов. TGStat - мониторинг. Биржи и чаты для покупки рекламы в Telegram. Показатели эффективности и статистика. 4. WhatsApp. Создание профиля компании. Таргетированная реклама в Ads Manager (на будущее). Рассылка.	1	
Тема 3 Планирование продвижения контента	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 14.** Инструментарий для планирования контента в соцсетях, на сайте или внешних ресурсах. Контент-план как важная часть работы с социальными сетями. Задачи контент-плана: упорядочение большого объема информации, систематизация продвижения, учет маркетинговых целей компании и интересов аудитории. Содержание контент-плана: состоит из комплекса информирующего, рекламного, образовательного, развлекательного видов контента, Форматы контент-плана - Интеллект-карта, календарь, таблица в Excel	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 14 Задание 1. Разработка контент-плана по рекламному проекту (недельного). Структура и правила составления контент -плана: 1. Анализ статистики в соц сетях 2.Определение и анализ ЦА 3. Определение оптимальной частоты и времени публикаций. 4. Методы составления тематики интересной для ЦА. 5. Подготовка материалов для публикации в соответствии с избранной тематической направленностью на неделю.	1	

Тема 4 SEO-оптимизированный контент	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие 15**. Основы поисковой оптимизации (SEO). Поисковая система и поисковый запрос. Основы формирования поисковых запросов. Контент – основной фактор оптимизации. Анализ и подбор ключевых слов. Ключевые слова и ключевые фразы Этап подготовки ключевых слов: Определение целей интернет-ресурса. Подбор ключевых слов, по которым сайт будет представлен в результатах поиска. Публикация контента с этими ключевыми словами. Связь поискового запроса и контент-стратегии. Подбор запроса, по которому можно выйти	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	в ТОП. Внутренняя и внешняя оптимизация. Инструменты по повышению места сайта на странице результатов поиска. Конверсионная и оптимизационная функции контента. Особенности композиции информационного, развлекательного и продающего текстов. Внешние признаки структурированного текста		
	Практическое занятие № 15. **Задание 1.** 1. SEO. Виды работ. Плюсы и минусы SEO-продвижения. SEO-архитектура - исследование и планирование поискового продвижения. Сервис Яндекс. Вордстат. Факторы ранжирования. Аналитика. Написание SEO-текстов. 2. Понятия "редирект", "клоакинг", "свопинг". Способы электронной рассылки и СПАМа, принципы написания правильного рекламного текста. **Задание 2.** Сопоставление поискового запроса контенту. Подбор запроса для интернет-материала. Определение стратегических ключевых слов	2	
Тема 5 Основы таргетированной рекламы	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 16.** Таргетированная реклама и ее важные параметры. Аналитика таргетированной рекламы. Принципы введения таргетированной рекламы. Ретаргетинг и его виды. Задачи, которые решает ретаргетинг. Рекламные кампании в интернете.Подготовка к запуску программы продвижения. Настройка и запуск РК в интернете. Статистика социальных сетей. Точки контакта. Виды позиционирования страниц и групп. Типы постов в социальных сетях. Установка и настройка счетчика Google Analytics. Цели и отчеты в Google Analytics Оптимизация текстового контента . Меры качества интернет-текста (релевантность, уникальность, плотность, водность, наличие LSI-ключей)	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	Практическое занятие № 16 Задание 1. Создать сообщество в ВК (если его нет у студента), оформить сообщество согласно фирменному стилю, опубликовать 5 публикаций. Составить контент-план на месяц. Задание 2. Настройка и запуск РК в ВКонтакте. Алгоритм ленты новостей во ВКонтакте. Научиться работать в рекламном кабинете ВКонтакте. Проанализировать полученные результаты. Задание 3. Выбрать любой курс на Лекториуме - https://www.lektorium.tv/, подготовить 1–2 креатива (изображения) для рекламы, написать текст объявления или рекламного поста. Создать ключевые фразы**.**	2	
Тема 6 Современные тренды в интернет- рекламе	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 17**. Использование ИИ в рекламе. Преимущества. Генерация рекламных материалов. Нейросети. Тенденции, использование в маркетинге и рекламе. CHATGPT и MIDJOURNEY - описание, преимущества и использование. AR и VR. Отличия и примеры использования. Метавселенные и NFT. Описание, принцип работы и эффективность использования. Площадки для выставления и продажи NFT. Маркировка рекламы. Маркетплейсы	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 17. 1. Привести и проанализировать примеры рекламы с помощью ИИ. Экзамен.	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 03.01: Составление и заполнение словаря терминов по МДК. Анализ успешных кейсов Составление схемы факторов. Подбор примеров рекламы Анализ информационной поддержки вывода на рынок нового товара на основе ресурсов интернет. Подготовка к экзамену		**4**	
ПАтт		**4**	
Консультации		**2**	
Всего МДК 03.01		**54**	

МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях		**52**	
Тема 2.1	**Содержание учебного материала**		ОК 01, ОК 02,
Бренд в системе маркетинга	**Теоретическое занятие № 1.** Соотношение основных понятий: товар, торговая марка, товарный знак, бренд. Торговая марка и бренд: общее и отличное. Функции торговой марки. Понятие бренда и брендинга. Процесс формирования бренда. Внешние атрибуты торговой марки. Управление торговой маркой. Система коммуникаций торговой марки. Тенденции и перспективы развития торговой марки: локальные и международные бренды. Брендинг как общий язык потребителей и маркетологов. Брендинг как стратегия создания и укрепления восприятия компании клиентами. Брендинговый коммуникационный набор: продавцы; реклама; кампании продвижения продаж; прямой маркетинг (также маркетинг на основе баз данных); паблик рилейшнз; спонсорство; выставочная деятельность; корпоративный имидж; упаковка; кампании продвижения на местах продаж и стимулирование торговли; неформальное мнение; Интернет и новые среды. Инструменты брендинга и маркетинга: в чем их различие Атрибуты и элементы бренда. Имидж бренда: проектируемый и реальный. Идентификация бренда. Классификация брендов. Концепция бренд-менеджмента. Роль и функции бренд- менеджера в компании. Коммуникационная политика бренд-менеджмента. Технология оценки имиджа брендов С. Анхольта. Архитектура портфеля брендов компании. Стратегии брендинга и развития бренда. Планетарный анализ и идентифация архитектуры портфеля брендов. Методы оценки стоимости бренда	2	ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	Практическое занятия№ 1: 1. Подготовка аналитического обзора об особенностях брендов в разных отраслях и сферах деятельности, в разных социокультурных средах.	1	
Тема 2.2. Технологии разработки бренда	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 2**. Система идентичности бренда. Элементы идентичности бренда. Индивидуальность бренда, его восприятие и ассоциации. Проектирование и разработка торговой марки. Стратегия развития торговой марки. Модели разработки бренда. Структура и матрица бренда. Нейминг: процесс создания, мифология бренда. Упаковка. Понятие товарного знака и фирменного стиля. Технологии представления данных о ТМ. Точки паритета (ТП, Points-of-parity, POPs) - характеристики и выгоды, значимые для потребителей, которые предлагают и другие бренды, и точки дифференциации (ТД, Points-of-difference, PODs) -ассоциации потребителей с брендом. Критерии их выбора. Mood board (эмоциональная карта бренда), пирамида бренда. Правовые аспекты ТМ. Товарный знак как охранная система интеллектуальной собственности. Регистрация товарного знака. Предупредительная маркировка товарного знака.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие№ 2: 1.Придумайте название товару, компании (парикмахерская, турагентство, магазин и др.) и проанализируйте, какие ассоциации оно вызовет в сознании потребителей. Приведите примеры неудачных названий, какие ассоциации они вызывают и какие последствия могут повлечь. 2. Работа с предупредительными маркировками товарного знака	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
Тема 2.3. Стратегия управления брендом.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 3.** Сильный бренд как условие успешного ведения бизнеса. Брендинг, как долгосрочная стратегия, ориентированная на будущее, позволяет компаниям выделиться на рынке, завоевать доверие аудитории. Концепции брендинга. Стратегия и тактика. Брендинг в традиционном маркетинге. Коммуникационная концепция маркетинга. Бренд-билдинг. Модели марочных стратегий. Марочный капитал. Составляющие стратегии управления брендом: о цели, ценности, позиционирование и способы взаимодействия с клиентами. Активы и ценности бренды. Премиальное ценообразование. Качественные и количественные оценки торговой марки. Управление брендом в соответствии с комплексом маркетинга. Брендовые стратегии обновления, расширения, создания новых брендов. Создание долгосрочных отношений с	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	потребителями. Выбор стратегии управления брендом Стратегии дифференциации и позиционирования.		
	Практическое занятие № 3: 1. Разбор моделей разработки бренда. Описать этапы формирования брендов (выбрать для примера 2 бренда и составить паспорт бренда по предложенной схеме). Разбор конкретных кейсов. 2. Создать эмоциональную карту бренда (Mood board) для разработки коммуникаций бренда подборку изображений, звуков и мелодий, возможно даже запахов, материалов и текстур (Использовать разрабатываемый индивидуальный проект) 3. Разработать применительно к своему проекту пирамиду бренда.	2	
Тема 2.4. Концепция позиционирования бренда	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 4**. Концепция позиционирования бренда. Анализ позиции бренда в рыночной ситуации. Позиционирование: ключевые понятия, идеи. Влияние сегментирования рынка на позицию бренда. Этапы позиционирования и репозиционирования брендов. Виды позиционирования бренда. Конкурентные преимущества.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 4. Контрольная работа: Провести позиционирование торговой марки по схеме: анализ рынка, товаров (предназначение, выгода), конкурентов, сегментирование, сравнение выгод и преимуществ, определение всех возможных позиций бренда (торговой марки).	2	

Тема 2.5. Планирование комплексной бренд коммуникационной кампании по продвижению бренда.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 5.** Бренд как комплексная маркетинговая система. Интегрированный брендинг. Модель интегрированного бренда. Этапы продвижения брендов: исследования, определение целей, выбор ЦА, выбор средств маркетинговых коммуникаций, выбор стратегий маркетингового обращения, определение бюджета, реализация стратегии, оценка результатов. Методики исследования образа бренда. Формирование лояльности бренду Анализ эффективности бренда и брендинговой кампании.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 5. Создание паспорта бренда по предложенной схеме.	2	
Тема 2.6. Моделирование Digital Branding стратегии	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие №** 6. Цифровая стратегия как часть коммуникационной стратегии. Виды digital стратегий: брендинга, перфоманса, перфоманс-брендинга. Деление стратегий в зависимости от отрасли, целей разработки и аудитории:содержательная (Content Strategy), социальная медийная (Social Media Strategy), поисковая (Search Marketing Strategy), Электронная коммерция (E-commerce Strategy) , Мобильная (Mobile Strategy) , Аналитическая (Analytics Strategy). Моделирование digital стратегии по разным основаниям: в зависимости от конкурентного поведения - виолентная, патентная, коммутантная, эксплерентная стратегии. Классические стратегии - AIDA или Brandfunnel (воронка в маркетинге полного цикла), Модель 7S (7 шагов), карта стратегических векторов, аналитика экосистем, Honeycomb, категорийное моделирование, модель CBE (create-build-expan), модель LOOP, модель SoLoMo, модель микро-моментов, модель Hero Hub Hygiene, модель Direct Pool.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 6. Разбор кейсов модели digital стратегии по продвижению сайта. Подготовка аналитического обзора об особенностях брендов в разных отраслях и сферах деятельности.	2	

Тема 2.7. Этапы проектирования бренд-коммуникационной кампании: анализ рынка и конкурентов	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 7.** Разработка маршрутной карты создания успешного бренда. Первый этап брендинга: аналитика и исследование. Инструменты и методы: SWOT-анализ; изучение позиций конкурентов, их стратегий, преимуществ и слабых мест. Формулирование целей цифрового продвижения. Определение подсегментов целевой аудитории и событий. исследование целевой аудитории: сегментация аудитории, определение потребностей, мотиваций и болей. Использование тестовых методов: фокус- группы, опросы, социальные и поведенческие данные. Анализ пути клиента от первого контакта с брендом до покупки и последующих взаимодействий. Анализ существующих или доступных для компании технических решений и инструментов (сайт, его мобильная версия, лендинги, приложение, аккаунты в социальных сетях, сервисы электронных рассылок, CRM-система и т.д.). Определение приоритетных для использования коммуникационных онлайн каналов и целей, и задач для каждого из них. Целевые показатели и KPI для каждого канала продвижения: социальные сети, контекстная реклама, блоги, партнерские программе и email-маркетинг.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
Тема 2.8. Этапы проектирования бренд-коммуникационной кампании: цифровой образ бренда.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 8**. Этап создания уникального цифрового образа бренда. Определение миссии и ценностей бренда. Формирование уникального ценностного предложения (УЦП). Позиционирование: выбор нишевого сегмента, на котором бренд будет сосредоточен. Этап разработки Tone of Voice бренда. Визуальный стиль и тон общения бренда, соответствующий целевой аудитории и основным принципам компании. Motion brand identity - digital айдентика бренда. Разработка и оформление нейминга, логотипа и фирменного стиля, ключевых визуальных элементов, скетчей и прототипов, стиля коммуникации в дизайне. Создание эмоциональной карты бренда (Mood board). Создание условий для единого восприятия бренда как внутри компании, так и вне её. Синхронизация бренд-стратегии с бизнес-процессами: внедрение элементов бренда в процессы компании — от клиентского сервиса до упаковки и взаимодействия с поставщиками. Интеграция во все точки контакта: от оформления офисов и сайтов до подписей в email и аккаунтов в социальных сетях. Создание бренд-документации: Brand Book, Guidelines и прочие документы. Управление репутацией в интернете. Разработка анимированных элементов для баннеров, видео-рекламы, анимационных заставок, интерактивных элементов. Создание уникальных и адаптивных дизайнов для различных устройств и платформ. Мониторинг упоминаний, технологии работы с отзывами и комментариями о бренде, общения с клиентами, ответы на	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	вопросы.		
	Практическое занятие № 7. Примеры успешных цифровых образов брендов.	1	
Тема 2.9. Этапы проектирования бренд-коммуникационной кампании: Этап внедрения бренда.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 9.** Этап внедрения бренда. Формирование контентной стратегии, включая содержание, стиль и тональность взаимодействия с целевой аудиторией. Планирование взаимодействия с потребителями по временным периодам, интенсивности. Виды контента для продвижения бренда. Разработка контент-плана. Примеры креативного контента от разных брендов. Принципы отбора социальных сетей для продвижения блогеров, инфлюенсеров, селебритис. Организация SEO продвижения и контекстная реклама. Основы SEO (Search Engine Optimization) для продвижения бренда. Оптимизация корпоративного сайта, контента и ключевых слов для поисковых систем. Способы привлечения посетителей и увеличения видимости бренда. Применение контекстной рекламы Google Ads или Yandex.Direct. Виды таргетинга. Таргетированные объявления для целевой аудитории, способы привлечения новых клиентов и повышения конверсии. Подбор ключевых слов и написание продающих текстов. Создание и сегментация базы данных подписчиков. Разработка email-кампаний , направленных на разные сегменты аудитории: информационные рассылки, предложения со скидками, персональные рекомендации и т.д. Анализ результатов и оптимизация. на основе данных об открываемости, кликабельности и конверсии. Организация онлайн мероприятий. Виды онлайн-мероприятий: вебинары, презентации, мастер-классы или Q&A-сессии. Способы привлечения внимания целевой аудитории. Увеличение лояльности к бренду и создание ощущения сообщества. Коллаборации с другими брендами или инфлюенсерами для проведения совместных онлайн-мероприятий.	1	
Тема 2.10. Основные этапы медиапланирования: анализ рыночной ситуации и особенностей ЦА	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие** № 10. Анализ рекламно-маркетинговой ситуации. Составление медиа-брифа. Анализ текущего положения бренда. Изучение медиа-предпочтений целевой аудитории. особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы, планирование для мелких и региональных рекламодателей, зависимость рекламных средств от типа рынков , особенности рекламы некоторых видов товаров, реклама товаров для детей, подростков и молодежи; реклама в в СМИ и социальных сетях.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

	Практическое занятие № 8. Практика составления медиабрифа .	2	
Тема 2.11. Основные этапы медиапланирования:	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 11**. Медиастратегия как часть коммуникационной стратегии. Разработка медиастратегии рекламной кампании. Параметры продвижения бренда. Определение бюджета выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет). Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений). Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной кампании. Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан). Проблема приобретения места для размещения рекламы. Определение процедур контроля и оценки эффективности медиа планирования	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 9. Разбор вариантов стратегий при использовании различных типов носителей контента.	2	
Тема 2.12. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 12.** Медиастатистики, описывающие медиаплан. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point) Целевой рейтинг (TRP, target rating point) Понятия охвата рекламной кампании (Reach / Cover %) OTS (opportunity to see) и частоты рекламного сообщения (Average Frequency). Доля голоса (share of voice, SOV) Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события. Рейтинг (Rating). HUT (Households using television). Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. Российские профессиональные организации на рынке теле- и аудиометрии. Основные принципы отбора медианосителей. программные продукты: Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media).	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 10. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества. Разбор исходных данных для медиапланирования	1	

Тема 2.13. Принципы отбора медиаосителей.	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 13.** Специфика и основные показатели медиапланирования в интернет-рекламе. Коэффициенты эффективности интернет-рекламы. Классификация баз данных компании TNS Gallup Media, их назначение и характеристика Планирование контекстной рекламы, основные этапы: создание семантического ядра, бюджет, сроки. Настройка контекстной рекламы в Яндекс. Контекстная реклама в Google Adwords. Оптимизация контекстной рекламы. Социальные сети как рекламный канал. Мониторинг рекламных кампаний. Составление отчетов о реализации медиаплана.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 11: Составление отчета о реализации медиаплана по представленному кейсу.	1	
Тема 2.14. Анализ и оптимизация digital-стратегии	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 14**. Улучшение восприятия бренда и установление эмоциональной связи с аудиторией. Контроль результатов и анализ данных по итогам мероприятий для определения успешных и неэффективных методов продвижения. Инструменты аналитики Google Analytics, для определения каналов и эффективного контента. Адаптация и оптимизация стратегии для создания видео-контента для использования в различных цифровых каналах коммуникаций. Тестирование и корректировка анимированных элементов в различных цифровых каналах коммуникаций. Корректировка и внедрение. Использование основных метрик для оценки эффективности бренд кампании. ROI (Return On Investment) показатель для определения результативности кампании для каждого маркетингового канала сайта. Оценка стоимости одного показа CPV (Cost Per Visitor) и клика CPC (Cost Per Click) и общее число пользователей, увидевших сообщение и другие. Методики, основанные на базе проведения маркетинговых исследований: прямая оценка, портфельная проверка, проверка на запоминание, лабораторные проверки, индекс потребительской лояльности	1	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3
	Практическое занятие № 12: 1. Работа с маркетинговыми и социологическими инструментами по оценке выполнения целей бренд-коммуникационной кампании. 2. Предложения по корректировке программы продвижения	2	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 - ПК 3.3

Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 03.02 1. Составление и заполнение паспорта бренда 2. Изучение материала лекций, источников и литературы. 3. Подготовка к практическим занятиям. 4. Решение ситуационных задач по темам. 5. Подготовка докладов. Подготовка к аттестации	**6**	
Промежуточная аттестация в виде экзамена		
Консультация	**2**	
ПАтт	**4**	
Всего МДК 03.02	**52**	
Учебная практика **Виды работ** Вводный инструктаж в организации. 2. Общая характеристика организации: – Организационно-правовая форма, структура, функции, основные направления деятельности организации. – Изучение и анализ действующего законодательства, регулирующего деятельность организации. 3. Маркетинговое обеспечение реализации рекламного продукта: – 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. 4. Правовое обеспечение реализации рекламного продукта: – Подготовка основных видов документов по сопровождению взаимодействия рекламного агентства (группы исполнителей) с рекламодателем, подрядчиками, субъектами договорных отношений. 5. Подведение итогов практики и систематизация документов по практике.	**36**	

Производственная практика **Виды работ** **1. Маркетинговое обеспечение реализации рекламного продукта** – Разработка плана проведения исследований потребителей. Разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. Подготовка плана проведения рекламной кампании. **2. Правовое обеспечение реализации рекламного продукта** – Подготовка основных видов документов по сопровождению взаимодействия рекламного агентства (группы исполнителей) с рекламодателем, подрядчиками субъектами договорных отношений.	**72**	
Экзамен по модулю ПМ. 03.	**4**	
Всего по ПМ 03	**218**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие кабинета профессиональных дисциплин.

Учебная аудитория для проведения лекций, практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: нормативные документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды плакаты.

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: 21 ПК с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: Windows 7, Adobe Reader, 1с предприятие 8 (учебная версия), 7 zip, Adobe master collection cs4, Consulatant plus, Free pascal, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013, Бизнес пак, Adobe acrobat, Adobe design standard cs6, Adobe livecycle es2, Autodesk 3ds max 2014), переносной проектор, переносной МФУ (принтер, сканер, копир), цветной принтер, магнитофон, аудиоколонки.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Печатные издания не используются. Профессиональный модуль полностью обеспечен электронными изданиями.

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, № 12, ст. 1232. // СПС «Консультант плюс»
2. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 25.11.2009) // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/
6. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
7. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/

Основные электронные издания:

1. Бялт В. С. Правовые основы профессиональной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. С. Бялт. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 302 с. URL: https://urait.ru/bcode/492163

2. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. URL: https://urait.ru/bcode/495332

3. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. URL: https://urait.ru/bcode/509167

Дополнительные электронные издания

1. Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: учебное пособие / А.Ю. Дорский. - СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. - 216

с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1080941

2. Дударова Б.О. Правовое регулирование рекламной деятельности: курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский; отв. ред. С.А. Пузыревский. - М.: Норма: ИНФРА-М, 2018. - 256 с.

- URL: https://znanium.com/catalog/product/961746

3. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Синяева И.М., Маслова В.М., Романенкова О.Н.; Под ред. Синяевой И.М. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. URL:

https://znanium.com/catalog/product/1028516

4. Нархов Д.Ю. Реклама: управленческий аспект: Учебное пособие / Нархов Д.Ю., - 2-е изд., стер. – М.: Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 263 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/948829

5. Синяева И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. —URL: https://urait.ru/bcode/489961

6. Тимофеев М.И. Маркетинг: Учебное пособие / Тимофеев М.И., - 3-е изд. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 223 с URL: https://znanium.com/catalog/product/982633

7. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - 2-е изд. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. - 144 с. URL:

https://znanium.com/catalog/product/1125624

8. Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. – М.: Университетская книга. 2020. - 368 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1213116

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. http://www.window.edu.ru - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования
3. http://www.liber.rsuh.ru - Электронная библиотека РГГУ
4. http://www.znanium.com - ЭБС «Знаниум»
5. http://marketing.web-3.ru/ - Маркетинг, тематический портал
6. http://marketing.rbc.ru - РБК Исследование рынков
7. http://marketing.rbc.ru - Российская ассоциация маркетинга
8. http://fas.gov.ru/ - Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы (ФАС РФ)

1.1. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебный процесс по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама проводится с использованием как традиционных (лекции, практические занятия и т. п.), так и инновационных (использование мультимедийных средств, интерактивное обучение, работа в сети Интернет и т. п.) форм и технологий образования.

Реализация программы модуля предполагает учебную и производственную практику. Программа учебной практики реализуется в рекламных агентствах города Москвы и Московской области, организациях и предприятиях различных организационно-правовых форм. Программа производственной практики реализуется в рекламных агентствах города Москвы и Московской области, организациях и предприятиях различных организационно-правовых форм.

Обязательным условием допуска к учебной и производственной практике в рамках профессионального модуля является поэтапное освоение междисциплинарных курсов.

Аттестация по итогам практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов. Учебная практика завершается зачётом студентами освоенных профессиональных компетенций.

Реализация модуля обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам по перечню основной и дополнительной литературы, доступом в

Интернет. Каждый обучающийся обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий). Библиотечный фонд укомплектован изданиями основной и дополнительной учебной литературы (изданными за последние 5 лет), а также справочными, библиографическими и периодическими изданиями.

Реализация программы ПМ предусматривает самостоятельную (внеаудиторную) работу обучающихся. Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Изучение программы модуля завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена по модулю для оценки усвоения общих и профессиональных компетенций по модулю.

1.2. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения осуществляется преподавателем/ями в процессе проведения теоретических и практических занятий, а также занятий в форме практической подготовки, направленных на формирование общих и практических компетенций:

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**Владеть навыками:** - продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде. Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий **Умения** - разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернет; - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности. **Знания** - специфик механизма торгового бренда; - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью онлайн технологий.	Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта. Оценка на экзамене по модулю.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для специальности
42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03. СОЗДАЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА	35
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	37

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля ПМ 04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа профессионального модуля может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2. Место профессионального модуля в структуре образовательной программы: программа профессионального модуля Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

1.3. Результаты освоения профессионального модуля:

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

Перечень общих компетенций:

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

Перечень профессиональных компетенций

Код	**Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций**
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 решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	□ подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и
	коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); – поиска и подбора оригинального нейма и слогана; – 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; – 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.

Уметь	– 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; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; – проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; – 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 функционирования сайта; – писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; – 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.

Знать	– 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; – важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; – 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; – 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.

1.4. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Очная форма обучения всего – 250 часа, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 250 часа, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 216 часа; самостоятельной работы обучающегося – 22 часа;
промежуточная аттестация – 4 часа; учебной практики – 36 часов; производственной практики – 36 часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях (очная форма обучения)

Индекс и наименование междисциплинарного курса, практики		Учебная нагрузка обучающихся, ч.							
	Итого часов (включая самостоятельную работу), ч.	Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	Работа во взаимодействии с преподавателем, ч.					Самостоятельная работа, ч.	Промежуточная аттестация, ч
			Всего	в т. ч.					
				Теоретические занятия	Практические занятия	Консультация	ПАтт		
ПМ. 04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	**250**	**216**	**250**	**76**	**136**	**4**	**12**	**22**	Зачёт с оценкой, экзамен
МДК 04.01. Разработка творческих рекламных решений	90	70	90	36	32	2	4	16	экзамен
МДК 04.02. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	84	74	84	40	32	2	4	6	экзамен
УП.01.01 Учебная практика, часов	36	36	36		36		-	-	Зачёт с оценкой
ПП.01.01 Производственная практика, часов (по профилю специальности)	36	36	36		36		-	-	Зачёт с оценкой
Промежуточная аттестация в форме: экзамен по модулю	4	-	4		-		4	-	
Всего	**250**	**216**	**250**	**76**	**136**	**4**	**12**	**22**	Зачёт с оценкой, экзамен

2.3.Тематический план и содержание профессионального модуля

Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем в часах	Формируемые компетенции
1	2	3	5
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		**90**	
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности			
Тема 1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	**Содержание учебного материала**		
	Теоретическое занятие № 1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.	4	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.		
	Самостоятельная работа обучающихся Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.		
	Самостоятельная работа обучающихся Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.		
	Самостоятельная работа обучающихся Носители корпоративной идентичности: деловая документация,		

	корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.		
	Практическое занятие № 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	3	
	Самостоятельная работа обучающихся. Формирование системы корпоративной идентичности Разработка комплекса носителей корпоративного стиля		
Раздел 2. Рекламное проектирование			
Тема 2. Основы проектирования рекламного продукта	**Теоретическое занятие № 2.** Реклама. Рекламный дизайн. Изобразительные средства отображения в дизайне. Композиция. Золотое сечение. Колористика. Орнамент. Абстрактные композиции на модульной основе.	4	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Практическое занятие № 2. Визуальные иллюзии в графическом дизайне. Шрифт. Графема, гарнитура. Элементы шрифта. Перспектива как художественный прием.	3	
	Самостоятельная работа обучающихся Эскизирование. Стилизация. Принципы получения стилизованного изображения. Применение. Стилизация в знаке. Корпоративный стиль. Логотип. Торговая марка. Плакат. Рекламный плакат. *Круглый стол:* осуществлять поиск рекламных идей. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.		
Тема 3. Изобразительные средства в рекламе	**Теоретическое занятие № 3** Шрифт как элемент художественного оформления. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и рекламе. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Шрифтовые гарнитуры как средство создания гармоничной композиции. Шрифтовой плакат. Рекламный плакат. Значение плаката в рекламе. Фирменный шрифт. Разработка фирменного шрифта. Креативный подход к созданию шрифта. Разработка элементов фирменного стиля.	4	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.

	Самостоятельная работа учащегося «Графические шрифтовые композиции» «Шрифтовой плакат» «Творческий подход к созданию шрифта» «Рекламный текст» «Рекламный слоган» «Рекламный плакат» «Логотип. Фирменный стиль» Графическая шрифтовая композиция. Разработка шрифтового плаката.		
	Практическое занятие № 3. Составление рекламного текста. Разработка слогана. Разработка рекламного плаката.	3	
	Самостоятельная работа обучающихся Понятие фирменного стиля в рекламе. Элементы фирменного стиля. Разработка логотипа. Проектная деятельность: разрабатывать авторские рекламные проекты.		
Тема 4. Реклама товарной продукции.	**Теоретическое занятие № 4.** **Реклама товарной продукции.** Технология производства выставочного продукта. Значение упаковки товара в рекламе История развития технологии оформительского искусства выставок, роль и место связей с общественностью в выставочной деятельности организации.	4	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа учащегося Реклама торгового предприятия. Роль визуальной рекламы. Информационно-аналитическая деятельность организации во время проведения выставки. Современные тенденции в российской рекламе.		
	Практическое занятие № 4. Разработка визуальной рекламы для производственного предприятия или торговой фирмы. Разработка приглашения на выставку/рекламной листовки для магазина. Разработка выставочного стенда/витрины	3	

Тема 5. Правовое регулирование рекламной деятельности. Требования к рекламе	**Практическое занятие № 5** Государственное регулирование рекламной деятельности в России Федеральный закон РФ «О рекламе» Практические занятия: Изучение Федерального закона «О рекламе» Ненадлежащая реклама. Особенности рекламы алкогольной продукции. Особенности рекламы пива. Особенности рекламы биологически активных добавок. Защита несовершеннолетних в рекламе. Особенности рекламы оружия.	3	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 6. Классификация средств рекламы.	**Практическое занятие № 6** Классификация средств рекламы.	3	
Печатные средства массовой информации	**Теоретическое занятие № 5**. Средства рекламы. Печатные СМИ. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах.	4	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Использование печатных средств массовой информации Самостоятельная работа учащегося: Анализ рынка печатной продукции. Рынок прессовой рекламы в печатных изданиях. Анализ деловых ситуаций по составления и оформления текстов рекламных объявлений.		
Тема 7. Электронные средства массовой информации	**Теоретическое занятие обучающихся № 6** Реклама на телевидении Аудиореклама Интернет – реклама Составление рекламных сообщений для различных категорий потребителей Самостоятельная работа учащегося: Анализ рекламного рынка на радио. Анализ рекламной продукции на телевидении.	4	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.

Тема 8. Фирменный стиль	**Самостоятельная работа обучающихся** Значение фирменного стиля как вида рекламы. Понятие бренда. Основные носители фирменного стиля. Маркетинговые материалы. Сувенирная продукция. POS-материалы. Роль коммуникаций на местах продаж в общей системе продвижения товара. Презентации и сопроводительные документы		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Практические занятия № 7. Фирменный стиль Разработка фирменной визитки Разработка фирменного блока: папка, бланк, конверт Создание фирменного рекламного буклета	3	
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка воблера и шелфтокера Разработка рекламного дисплея Разработка эскизов для рекламного каталога Проектная деятельность: Создавать визуальные образы с рекламными функциями		
Тема 9. Упаковка как вид рекламной продукции	**Самостоятельная работа обучающихся** Упаковка как вид рекламной продукции. Особенности промоупаковки. Дополнительная коммуникация на упаковке.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Практическое занятие № 8. Эксклюзивная упаковка с Ложементом Разработка промоупаковки	3	
Тема 10. Рекламное проектирование	**Самостоятельная работа обучающихся** Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.		ОК.01-ОК.09.

	Теоретическое занятие № 7. Рекламное проектирование Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	4	ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.		
	Самостоятельная работа обучающихся Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.		
	Самостоятельная работа обучающихся Создание инсайта, разработка рекламного текста		
	Самостоятельная работа обучающихся Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	2	
Тема 11. Оформление торгового пространства	**Самостоятельная работа обучающихся** Оформление торгового пространства и торговых зон, витрин. Рекламные вывески. Торговые дисплеи. Ростовые фигуры, тотемы. Промостойки. Оформление витрин	2	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Разработать декоративный шрифт (алфавит) (на основе исторической классификации, создание выбранного образа или соответствие выбранной теме). Выполнить зарисовки знаков-символов для предметно-пространственной среды	2	
	Практическое занятие № 9. Разработка рекламной листовки Разработка рекламного плаката на социальную тему Разработка сувенирной продукции Создание тестер-холдера Разработка эксклюзивной подарочной упаковки Разработка дизайн-проекта прикассовой зоны магазина	3	
Тема 12. Проектирование	**Теоретическое занятие № 8.** Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	4	ОК.01-ОК.09.

печатной рекламы	**Самостоятельная работа при изучении раздела** Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности. Разработка комплекса POSM.	2	ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 13. Проектирование рекламы в онлайн среде	**Самостоятельная работа обучающихся** Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	2	
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса			
Тема 14. Проектирование наружной рекламы	**Теоретическое занятие № 9. Особенности наружной рекламы.** Проектирование рекламных конструкций. Уличная реклама. Транзитная реклама. Световые конструкции. Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	4	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка дизайн-проекта уличной рекламы на различных носителях Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	2	
Тема 15. Проектирование транзитной рекламы	**Самостоятельная работа обучающихся** Виды транзитной рекламы	2	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Практическое занятие № 10. Разработка комплекса транзитной рекламы	5	
ПаТТ		4	
Консультации		2	
Промежуточная аттестация экзамен			
Всего часов по МДК		**90**	
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		**84**	
Радел 1. Основы компьютерной графики			
Тема 1.1. Основы	**Содержание учебного материала**		

векторной графики. Программа Adobe Illustrator	**Лекционное занятие № 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). Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом. Создание текстурных векторных кистей.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей		
	Самостоятельная работа обучающихся. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых. Создание рекламного плаката. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.		
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	**Самостоятельная работа обучающихся.** Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения. Работа с текстом и эффекты в растровой среде. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекции изображения		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов		
	Практическое занятие № 1. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор» Обработка фотографий в программе растровой графики		
	Самостоятельная работа обучающихся. Размещение объектов с учётом перспективы Создание рекламной листовки в программе Photoshop		
Примерная тематика самостоятельной работы			

Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). – Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. – Специальные эффекты в векторной среде. – Цветовая-тоновая коррекция фотографий. – Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.			ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.			
Тема 2.1. Введение в фотодело	**Лекционное занятие № 2**. История возникновения. Принципы работы и техническое оснащение фотоаппарата. История возникновения фотографии. Основы работы с современной фототехникой. Дополнительное оборудование Основные правила работы с фототехникой. Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим. Создание портрета. Черно-белая фотография.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Практическое занятие № 2. Анализ репортажной и стрит-фотографии на страницах печатных и интернет-изданий Правила пейзажной и архитектурной фотографии. Ночная съемка. Особенности работы при малой освещенности. Начало работы в графическом редакторе.		
	Самостоятельная работа обучающихся. История фотографии в личностях. Основные правила работы с фототехникой. Создание портрета. Черно-белая фотография. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 2.2. Режимы фотосъемки. Композиционный треугольник.	**Практическое занятие № 3.** Режимы фотосъемки. Композиция в фотографии. Особенности работы режимов фотокамеры		
	Самостоятельная работа обучающихся Режимы фотосъемки. Композиция в фотографии. Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим. Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет изданий.		

	Самостоятельная работа обучающихся Каталожная фотография. Предметная фотографии. Интерьерная и архитектурная съемка.		
	Самостоятельная работа обучающихся. Разработки идеи фэшн-фотографии. Анализ рекламы и рекламной фотографии с точки зрения психологии цвета. Подбор цветовой гаммы для рекламного продукта. Правила геометрии в рекламной фотографии. Исполнение оригинала или отдельных элементов проекта в материале.		
Тема 2.3. Жанры фотографии. Особенности съемки фотографии при различных жанрах.	**Лекционное занятие № 3** Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. Жанры фотографий на страницах печатных и интернет-изданий.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 2.4. Основы работы в графических редакторах	**Лекционное занятие № 4** История возникновения ретуши изображений. Графическая обработка фотографий. Начало работы в графическом редакторе.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 2.5. Рекламная фотография	**Самостоятельная работа обучающихся.** Рекламная фотография Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии. Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет-изданий		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 2.6. Жанры рекламной фотографии	**Практическое занятие № 4** Общая характеристика жанров рекламной фотографии. Жанры рекламной фотографии и их анализ на страницах печатных и интернет-изданий.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.

Тема 2.7. Психология цвета в рекламе	**Самостоятельная работа обучающихся.** Психология цвета в рекламе Место цвета в рекламной фотографии. Психология цвета в рекламе. Рекламная фотография и цветовая гамма. Анализ рекламы и рекламной фотографии с точки зрения психологии цвета.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 2.8. Геометрия в рекламной фотографии.	**Лекционное занятие № 5** Геометрия в рекламной фотографии. Принцип золотого сечения в рекламной фотографии Правила геометрии в рекламной фотографии		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 2.9. Разработка рекламного снимка.	**Самостоятельная работа обучающихся** Идея, разработка и этапы подготовительного процесса.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Практическое занятие № 5. Идея и разработка рекламной фотографии. Постановка идеи заказчиком и возможности ее выполнения.		
Тема 2.10. Работа с моделью	**Практическое занятие № 6.** Работа с моделью Взаимодействие фотографа и модели. Съемка при естественном освещении. Работа с тенями. Естественный свет в фотографии: виды и особенности Правила создания фотографии с использованием света и тени. Выбор инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 2.11. Студийная фотосъемка	**Практическое занятие № 7.** Студийная фотосъемка Работа фотографа в графических редакторах. Обработка рекламных фотографий в графических редакторах Adobe Photoshop и Adobe Lightroom. Выбор и подготовка рекламной фотографии для ретуши. Выбор инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.

	Самостоятельная работа обучающихся Работа в графических редакторах. Обработка рекламных фотографий в графических редакторах		
Тема 2.12. Использование студийного оборудования, технология фотогравирования.	**Самостоятельная работа обучающихся** Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Практическое занятие № 8. 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.		
Тема 2.13. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	**Лекционное занятие № 6. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления** Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотоссесия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Практическое занятие № 9. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.		
	Самостоятельная работа обучающихся Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.		
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2 1. Пробная фотосессия предметов. 2. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом. 3. Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам. 4. Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем.			
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций			

Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	**Лекционное занятие № 7.** Осуществление поиск рекламных идей. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка авторского рекламного проекта. Создание визуальных образов с рекламными функциями.		
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	**Самостоятельная работа обучающихся** Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств Использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Практическое занятие № 10. **Производство рекламной продукции** Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.		
Примерная тематика самостоятельной работы. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта.			
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео		**84**	
Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.	**Теоретическое занятие №1.** Логлайн. Синопси с. Сценари й. Раскадро вка. Трехактная структура повествования	8	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.		

Тема 4.2. Техника рекламной видеосъемки	**Теоретическое занятие № 2** История и предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения	8	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Виды осветительной техники. Естественный и искусственный свет. Экспонометрия. Съемка статичной и движущейся камерами. Организация видео съёмочного процесса. Ракурсы и планы в видеосъемке. Композиция видеосъемки.		
	Практическое занятие № 1. Разработка видеоролика с рекламой товара Съемка видеоролика с рекламой товара Съемка и разработка видеоролика с юмористическим сюжетом Съемка и разработка видеоролика с интервью Разработка видеоролика с рекламой услуг Выбор инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	**6**	
	Самостоятельная работа обучающихся Съемка видеоролика с рекламой услуг Съемка и разработка видеоролика экскурсии		
Тема 4.3. Технологии видеомонтажа рекламных роликов	**Теоретическое занятие № 3. Технологии видеомонтажа рекламных роликов** Аналоговая и цифровая аудио и видео информация. Преобразование информации. Методы и принципы линейного и нелинейного монтажа Современное программное обеспечение для видеозахвата. Виды компьютерных программ видеоредакторов. Способы и технологии работы с ними Экспорт и импорт видеоматериала.	8	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.

	Практическое занятие № 2. Видеоформаты, различные виды трансляции и передачи видеосигнала и звука. Способы сжатия видеоинформации Способы и приемы видеомонтажа Способы и приемы вывода готового фильма или ролика	6	
	Самостоятельная работа обучающихся. Интерфейс программы Pinnacle Studio Параметры проекта. Импорт составляющих фильма. Переходы, применение переходов. Спецэффекты. Титры. Движение титров, видеофрагментов и статических изображений Наложение изображений. Создание меню. Вывод фильма на различные носители. Интерфейс программы SonyVegas. Параметры проекта. Импорт составляющих фильма. Исполнение оригинала или отдельных элементов проекта в материале.		
	Самостоятельная работа обучающихся Создание видеоэффектов для фильмов и роликов. Создание переходов для фильмов и роликов. Спецэффекты. Создание титров для фильмов и роликов. Создание меню для фильмов и роликов. Вывод смонтированных роликов в файл, на диск, на пленку.		
Тема 4.4. Техника рекламной видеосъемки	**Теоретическое занятие № 4. Техника рекламной видеосъемки.** Оборудование для видеосъемки, его характеристики. Форматы видеокамер: VHS, VHS-c, Super VHS-c, Video-8, Hi-8, Digital, Betacam. Сравнительная характеристика, область применения. Цветовые матрицы.	8	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Техника рекламной видеосъемки Выполнение видеосъемки для ролика «Реклама товара» Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.		
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение видеосъемки для ролика «Интервью» Выполнение видеосъемки для ролика «Социальная реклама» Выполнение видеосъемки для ролика «Мероприятие»		
Тема 4.5. Технологии видеомонтажа рекламных роликов	**Практическое занятие № 3** Видеомонтаж ролика «Интервью» Видеомонтаж ролика «Реклама товара» Видеомонтаж ролика	5	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.

	«Социальная реклама» Видеомонтаж ролика «Мероприятие»		
Тема 4.6. История телевизионного ролика;	**Самостоятельная работа обучающихся** Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения		ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
природа и функции рекламного ролика	Съемка статичной и движущейся камерами. Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика		
Тема 4.7. Разработка рекламного ролика	**Практическое занятие № 4.** Рекламный ролик, этапы подготовки. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы. Естественный и искусственный свет. Экспонометрия	5	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Основные этапы подготовительного (пред постановочного) процесса. Съемочный процесс Видеомонтаж, кадр и монтаж	2	
Тема 4.8. Съемка видеоматериала	**Практическое занятие № 5. Съемка видеоматериала** Съемка видеоматериала для создания различных рекламных видеороликов. Программные режимы съемки Художественно-документальный образ, актер, пространство Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на натуре. Невидимый художник (оформление материала) Монтажно-тонировочный период	5	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
Тема 4.9. Тритмент. Референсы	**Теоретическое занятие № 5.** Тритмент. Структура. Наполнение. Референсы.	8	

	Самостоятельная работа обучающихся Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2	
Тема 4.10. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	**Практическое занятие № 6** Основные принципы композиции кадра. 10 принципов монтажа.	5	ОК.01-ОК.09. ВД.4 ПК4.1- ПК4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся Снять рекламный ролик. Опираясь на свой три. Смонтировать рекламный ролик согласно расскадровки тритмента	2	
ПАтт		4	
Консультации		2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена			
Всего часов		**84**	
Всего часов по МДК		**250**	

Учебная практика • Использование типографики в графическом дизайне. • Создание информационного плаката. • Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. • Создание рекламных продуктов с цифровой живописью. • Проведение ситуационного анализа • Поиск инсайта и ключевых рекламных решений • Разработка рекламной продукции • 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. • Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. • Формирование положительного имиджа бренда или персоны. • Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; • Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки. • Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. • Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. • Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. • Тестовые съёмки натуры для рекламной фотосессии. • Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). • Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения.	**36**	
Производственная практика Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. Разработка и создание рекламной продукции: - выбор художественной формы реализации рекламной идеи; - создание визуального образа с рекламными функциями;	**36**	

- художественное конструирование рекламных продуктов по заданию. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты Составление брифа, поиск инсайта и ключевых рекламных решений Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. Анализ рекламной деятельности предприятия. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Технология организации и проведения фотосопровождения.		
Всего	72	

3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1.Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинеты, оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности. Лаборатории в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.
Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.1.1. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.1.2. Основные электронные издания

1. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 159 с. 4. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72. 5.
2. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187. 19 2. Основные электронные издания 1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электроннобиблиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/288947
3. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-507-44709-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/238658
4. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 177 с.
5. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для СПО.- М.: Юрайт, 2019– 380 с.
6. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 502 с.

3.2.3. Дополнительные электронные издания

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: http://www.iaa.ru/15
4. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": http://www.advertising.ru
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: http://www.cprrd.ru/.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.

16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».
18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
19. Уроки от Prophotos.
20. Советы от Digital Camera World.
21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).Photonet learning — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
22. Photomanual — доступно о фотографии.
23. BAMP — уроки по мобильной фотографии
24. Библиотека книг по фотографии.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
К 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 Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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	Устные выступления с презентацией Защита проектов Зачет Экспертное наблюдение выполнения практических работ Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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. Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;

	высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 06	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	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. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
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; Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.2	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.3	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения - поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.05 Специалист по интернет маркетингу

для специальности

42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05. СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.05. СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ	17
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	21

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05. СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки). Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.

ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

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

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

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- 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;
- создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации;
- использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации.

уметь:

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- 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;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию.

знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- 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 оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства;
- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления текстов рекламных объявлений;
- основные средства компьютерной обработки информации;
- основы цифровой фотографии;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Очная форма обучения всего – 250 часа, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 250 часа, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 226 часа; самостоятельной работы обучающегося – 20 часа;
промежуточная аттестация – 4 часа; учебной практики – 36 часов.

1.2 Результаты освоения профессионального модуля

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1.	Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.
ПК 5.2.	Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.3.	Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.
ПК 5.4.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.5.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Тематический план профессионального модуля
ПМ.05. Специалист по интернет маркетингу
(очная форма обучения)

Индекс и наименование междисциплинарного курса, практики	Учебная нагрузка обучающихся, ч.								
	Итого часов (включая самостоятельную работу), ч.	Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	Работа во взаимодействии с преподавателем, ч.				Самостоятельная работа, ч.	Промежуточная аттестация, ч
			Всего	в т. ч.					
				Теоретические занятия	Практические занятия	Консультация	ПАтт		
ПМ.05. Специалист по интернет маркетингу	**250**	**226**	**250**	**96**	**130**		**4**	**20**	экзамен
МДК 05.01. Цифровой маркетинг	210	190	210	96	94		-	20	Зачёт с оценкой
УП.05. Учебная практика	36	36	36		36		-	-	Зачёт с оценкой
ПМ.05 Экзамен по модулю	4		4				4	-	Экзамен
Всего	**250**	**226**	**250**	**86**	**118**		**4**	**20**	Зачёт с оценкой, экзамен

2.2 Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарны х курсов (МДК) и тем			**Формируемые компетенции**
1	**2**	**3**	**4**
МДК.05.01 Цифровой маркетинг		**210**	
Основы цифрового маркетинга и цифровая трансформация		**42**	
Тема 1.1. Основы цифрового маркетинга	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №1. Введение в цифровой маркетинг: цели, задачи, тренды. Теоретическое занятие №2. Цифровая экосистема маркетинга: каналы, инструменты, платформы. Теоретическое занятие №3. Профессиональные стандарты в цифровом маркетинге. Теоретическое занятие №4. Правовые и этические аспекты цифрового маркетинга. Теоретическое занятие №5. Цифровая стратегия бизнеса: модели, этапы, KPI.	10	ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие №1. Анализ цифрового присутствия компании (аудит сайта, соцсетей). Практическое занятие №2. Разработка карты цифровых каналов для гипотетического бренда. Практическое занятие №3. Составление SWOT-анализа цифровых возможностей компании	10	
	Самостоятельная работа обучающихся Сравнительный анализ воронок	2	

Тема 1.2. Цифровые маркетинговые исследования и аналитика	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №5. Методы и инструменты цифровых исследований (опросы, метрики, веб-аналитика). Теоретическое занятие №6. Анализ целевой аудитории в digital-среде. Теоретическое занятие №7. Использование big data и AI в маркетинге. Теоретическое занятие №8. Системы аналитики: Яндекс.Метрика, CRM.	10	ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие №4. Настройка Яндекс.Метрики Практическое занятие №5. Сегментация аудитории на основе цифровых данных Практическое занятие №6. Анализ поведения пользователей на сайте	12	
	Самостоятельная работа обучающихся Мини-исследование аудитории	2	
Контент-маркетинг		**132**	
Тема 2.1. Контент-маркетинг и СММ	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №9. Стратегия контент-маркетинга: виды контента, план, дистрибуция Теоретическое занятие №10. SMM: особенности платформ (ВК, Telegram, Rutube) Теоретическое занятие №11. Таргетированная и контекстная реклама в соцсетях Теоретическое занятие №12. Брендированный контент и работа с лидерами мнений Теоретическое занятие №13. Копирайтинг для digital-среды.	12	ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие №7. Разработка контент-плана для соцсетей. Практическое занятие №8. Создание рекламного креатива для таргетинга. Практическое занятие №9. Анализ эффективности контента (охваты, вовлечённость). Практическое занятие №10. Написание продающих текстов для лендинга.	16	

	Самостоятельная работа обучающихся Контент-план на месяц	2	

Тема 2.2. SEO и поисковый маркетинг	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №13. Основы поисковой оптимизации (SEO): on-page, off-page, техническое SEO. Теоретическое занятие №14. Поисковая реклама (Яндекс.Директ). Теоретическое занятие №15. Локальный SEO и маркетинг в картах.	10	ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие №11. Аудит сайта на SEO-оптимизацию . Практическое занятие №12. Составление семантического ядра. Практическое занятие №13. Создание и настройка кампании в Яндекс.Директе.	10	
	Самостоятельная работа обучающихся SEO-аудит страницы	2	
Тема 2.3. Email-маркетинг и CRM	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №16. Стратегия email-маркетинга: сегментация, автоматизация, метрики. Теоретическое занятие №17. Инструменты email-рассылок (Mailchimp, SendPulse, UniSender). Теоретическое занятие №18. Интеграция CRM и цифровых каналов	8	ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие №14. Разработка цепочки писем для воронки продаж. Практическое занятие №15. Настройка автоматической рассылки. Практическое занятие №16. Анализ открытий и конверсий.	10	
	Самостоятельная работа обучающихся Welcome-серия из 5 писем	2	
Тема 2.4. Мобильный маркетинг и мессенджеры	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №19. Особенности мобильного маркетинга: приложения, push-уведомления. Теоретическое занятие №20. Маркетинг в мессенджерах: Telegram, WhatsApp. Теоретическое занятие №21. Геолокационные технологии в маркетинге.	8	ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие №17. Разработка чат-бота для Telegram Практическое занятие №18. Создание мобильного баннера с учётом UX/UI	8	

Тема 2.5. Видеомаркетинг и стриминг	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №22. Видеоконтент в digital-маркетинге: форматы, платформы, тренды. Теоретическое занятие №23. RuTube-маркетинг: продвижение канала, монетизация.	10	

	Теоретическое занятие №24. Вебинары и онлайн-презентации.		
	Практическое занятие №19. Создание сценария рекламного видео Практическое занятие №20. Планирование и проведение вебинара	8	
Тема 2.6. Performance-маркетинг и атрибуция	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №28. Планирование digital-кампании: бюджет, KPI, тайминг. Теоретическое занятие №29. Управление digital-проектами: Agile, Scrum, Kanban. Теоретическое занятие №30. Презентация digital-стратегии заказчику.	8	ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 7 Практическое занятие №23. Разработка digital-стратегии для реального кейса. Практическое занятие №24. Подготовка презентации для защиты проекта.	8	
	Самостоятельная работа обучающихся Сценарий чат-бота. Сценарий Reels/TikTok. Расчёт бюджета, ROI, сравнение каналов	6	
Инновации в digital-маркетинге			
Тема 3.1. Инновации в digital-маркетинге	**Содержание учебного материала** Теоретическое занятие №31. Искусственный интеллект и машинное обучение в маркетинге Теоретическое занятие №32. Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR). Теоретическое занятие №33. Тренды и футурология digital-маркетинга	10	ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие №26. Анализ кейсов внедрения VR/AR в рекламу. Зачет	8	
	Самостоятельная работа обучающихся Mini-стратегия для стартапа. Анализ инновационного инструмента.	4	
	ВСЕГО	210	
Учебная практика		36	

Виды работ: 1. Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов. Ведение переговоров с заказчиком. 2. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. 3. Создание и оформление текстов рекламных объявлений. 4. Организация связи с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта. 5. Работы в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг. 6. Документационно-правовое сопровождение деятельности рекламного агента. 7. Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; для обработки текстовой информации; получения и несложной обработки графической информации, с целью продвижения рекламы. 8. Подведение итогов практики и систематизация документов по практике.		ПК 5.1-ПК 5.5. ОК.1-ОК11
Итого:	**250**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.2.Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: нормативные документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды плакаты

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: 21 ПК с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: Windows 7, Adobe Reader, 1с предприятие 8 (учебная версия), 7 zip, Adobe master collection cs4, Consulatant plus, Free pascal, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013, Бизнес пак, Adobe acrobat, Adobe design standard cs6, Adobe livecycle es2, Autodesk 3ds max 2014), переносной проектор, переносной МФУ (принтер, сканер, копир), цветной принтер, магнитофон, аудиоколонки.

3.3.Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Печатные издания не используются. Профессиональный модуль полностью обеспечен электронными изданиями.

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, № 12, ст. 1232. // СПС «Консультант плюс»

1. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 25.11.2009) // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/
5. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
6. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/

Основные электронные издания:

1. Бузукова Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. URL: https://urait.ru/bcode/509159
2. Зельдович Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 293 с. —URL: https://urait.ru/bcode/495909
3. Поляков В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. URL: https://urait.ru/bcode/495461
4. Синяева И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. —URL: https://urait.ru/bcode/489961

Дополнительные электронные издания:

1. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. URL:

https://urait.ru/bcode/496326
2. Комарова Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. URL: https://urait.ru/bcode/493851

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. http://www.window.edu.ru - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования
3. http://www.liber.rsuh.ru - Электронная библиотека РГГУ
4. http://www.znanium.com - ЭБС «Знаниум»
5. http://www.advtime.ru - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
6. http://www.advi.ru - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.
7. http://www.sostav.ru - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
8. http://www.adindex.ru Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.
9. http://www.advertology.ru - Advertology. Наука о рекламе.
10. http://www.advesti.ru AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.
11. http://www.media-online.ru - Media-online. Все о рекламе.
12. http://www.rwr.ru - RWR. Реклама в России.
13. http://www.akarussia.ru - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
14. http://www.adme.ru - Сайт о рекламе.
15. http://www.reklamodatel.ru - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.
16. http://www.es.ru. - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
17. http://www.index.ru Index.ru - открытая база данных по компаниям, работающим в области визуальных коммуникаций. Самый большой каталог выполненных работ.

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

Образовательная организация, реализующая подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.
Текущий контроль осуществляется преподавателем в процессе обучения.
В 3-4 семестрах студенты проходят промежуточную аттестацию по ПМ 05 Специалист по интернет маркетингу, которая направлена на проверку готовности обучающегося к выполнению указанного вида профессиональной деятельности и сформированной у него компетенций, определенных в разделе 2. Результаты освоения профессионального модуля. В 4 семестре формой промежуточной аттестации по МДК.05.01 Цифровой маркетинг является дифференцированный зачет.
Промежуточная аттестация по учебной практике – дифференцированный зачет. Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом,
который проводит экзаменационная комиссия.
Формы и методы текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательной организацией и доводятся до сведения обучающихся не позднее одного календарного месяца до начала сессии.
Для текущего контроля и промежуточной аттестации образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС). ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.	- разбирается в сегментировании рынка по торговому предложению и клиентам; - умеет использовать методы поиска и привлечения клиентов в зависимости от особенностей продаваемого продукта и постановки рекламной задачи; - знает приемы продаж.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения производственной практики.
ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.	- владеет коммуникационными навыками; - знает правила создания деловых писем и коммерческих предложений; - владеет методами ведения деловых переговоров.	Устные и письменные опросы; Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения производственной практики.
ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями	- разбирается в видах и структуре рекламных агентств, компаниях по производству рекламной	Выполнение контрольной работы по созданию резюме для рекламного агента;

рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.	продукции, медиакомпаниях; - знает направления рекламной работы; - владеет требованиями, предъявляемыми к рекламным агентам; - разбирается в видах ненадлежащей рекламы и сферах ответственности всех субъектов рекламного рынка; - знает требования к содержанию рекламной информации; - разрабатывает рекламную кампанию; - знает виды рекламных услуг, способы их производства; - знает основные виды производства рекламного продукта; - умеет взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения; - знает средства информационно-коммуникационного обеспечения рекламной деятельности; - умеет использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы; - владеет методами интернет коммуникации для связи с заказчиком; - умеет грамотно взаимодействовать с конкурентами.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.
ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	- умеет использовать различные виды офисной оргтехники; - владеет программными продуктами для оформления документов заказа; - разбирается в структуре рекламного бюджета; - знает и умеет работать с видами брифов; - умеет оформлять договорную и финансовую документацию; - знает и умеет применять ФЗ «О рекламе» и ФЗ «О защите прав потребителей» (разделы о предоставлении услуг).	Оценка в рамках текущего контроля: - подготовка, оформление и защита пакета документов по заказу проекта; - выполнение отчетной работы по составлению брифа заказчика, как приложения к договору об осуществлении рекламной деятельности. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения

		производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.
ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки.	- составляет и оформляет тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации, применяет приемы создания и обработки текстовой информации.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- участие в работе научно-студенческих обществ, - выступление на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности, связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставок, участие в конкурсах профессионального мастерства).	Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях, - при выполнении работ по проекту, - при выполнении работ на различных этапах производственной практики, - при выполнении индивидуальных домашних заданий; - при выполнении самостоятельной работы; - при проведении: зачета, квалификационного экзамена по модулю.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выбор применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- анализ профессиональных ситуаций, - решение стандартных и нестандартных задач.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,	- эффективный поиск необходимой информации, - использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождение	

профессионального и личностного развития.	различных этапов производственной практики.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- использование в учебной и профессиональной деятельности, различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий (проектов).	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики, - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования.	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОТКРЫТЫЙ КОЛЛЕДЖ «МАКСИМУМ»

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.06 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный

для специальности

42.02.01 Реклама

Челябинск, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Организация-разработчик рабочей программы: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Городской открытый колледж «Максимум»

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.06. ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ АГЕНТ РЕКЛАМЫ	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.06.	17
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	21

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.06. ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

1.1 Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки). Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 6.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.

ПК 6.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.

ПК 6.3. Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.

ПК 6.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 6.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2 Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля:

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

иметь практический опыт:

ведения переговоров с заказчиком;

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;

создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;

работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;

использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;

использования информационных технологий для обработки текстовой информации;

использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации.

уметь:

контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;

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;
контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
пользоваться специализированным программным обеспечениемдля обработки графических изображений;
использовать технологии цифровой фотографии;
оцифровывать текстовую и графическую информацию.
знать:
виды рекламной деятельности;
виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
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 оргтехники и требования безопасности труда;
средства составления оригиналов текстовых документов;
средства копирования и оперативного размножения документов;
средства для обработки документов;
средства связи;
вычислительные средства;
основные виды производства рекламного продукта;
правила составления текстов рекламных объявлений;
основные средства компьютерной обработки информации;
основы цифровой фотографии;
средства информационно-коммуникационного обеспечения;
направления рекламной работы;
содержание рекламной информации;
применяемые средства рекламы;
рекламные мероприятия;
понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

1.3 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Очная форма обучения всего – 220 часа, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 220 часа, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 206 часа; самостоятельной работы обучающегося – 6 часа;
промежуточная аттестация – 4 часа; учебной практики – 36 часов.

1.4 Результаты освоения профессионального модуля

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 6.1.	Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.
ПК 6.2.	Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.
ПК 6.3.	Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.
ПК 6.4.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 6.5.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Тематический план профессионального модуля
ПМ.06. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный
(очная форма обучения)

Индекс и наименование междисциплинарного курса, практики	Учебная нагрузка обучающихся, ч.								
	Итого часов (включая самостоятельную работу), ч.	Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	Работа во взаимодействии с преподавателем, ч.					Самостоятельная работа, ч.	Промежуточная аттестация, ч
			Всего	в т. ч.					
				Теоретические занятия	Практические занятия	Консультация	ПАтт		
ПМ.06. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный	**220**	**206**	**220**	**86**	**118**	**2**	**8**	**6**	экзамен
МДК 06.01. Организация деятельности по работе с заказчиком, размещение и сопровождение рекламы	180	170	180	86	82	2	4	6	экзамен
УП.06.01. Учебная практика	36	36	36		36		-	-	Зачёт с оценкой
ПМ.06.01(К). Экзамен по модулю	4		4				4	-	Экзамен
Всего	**220**	**206**	**220**	**86**	**118**	**2**	**8**	**6**	Зачёт с оценкой, экзамен

4.2.Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарны х курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем в часах (очное обучение)	Формируемые компетенции
1	**2**	**3**	**4**
МДК.06.01 Агент рекламный		**220**	
Раздел 1. Организационная деятельность по работе с заказчиком			
Тема 1.1. Деятельность по поиску и привлечению клиентов	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 1.** Введение. Рекламный процесс и субъекты рекламного рынка. Характеристика субъектов (участников) рекламного процесса. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. Классификация видов рекламы по субъектам рекламного рынка. Понятие "товара" в рекламе. Понятие комплекса маркетинга (4 P маркетинга, marketing-mix). Четыре инструмента маркетинга: товар, продвижение, ценообразование, место продажи. Определение характеристик целевой аудитории в зависимости от рекламируемого продукта. Изучение сегмента рынка по торговому предложению. Выбор метода поиска и привлечения клиентов в зависимости от особенностей продаваемого продукта и постановки рекламной задачи.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 1. Классификация видов рекламы по субъектам рекламного рынка: - по особенностям товара/услуги (объекту рекламирования); - по виду деятельности; - по каналам коммуникации; - по потребителям.	6	

	Самостоятельная работа обучающихся 1. Подготовка докладов на тему "Этапы развития рекламы". 2. Заполнение рабочей тетради по основам рекламы (Раздел 1. Тема 1.1.). 3. Заполнение глоссария по дисциплине.		
Тема 1.2. Работа в качестве посредника по предоставлению рекламных услуг	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 2.** Классификация рекламных посредников в зависимости от спектра предоставляемых услуг, от полноты предоставленных услуг, ориентации на клиентов-рекламодателей, масштабности деятельности. Роль и сущность рекламных агентств в организации и предоставлении рекламных услуг. Анализ требований рекламодателя. Поиск рекламопроизводителя по заданным условиям предоставления рекламной услуги.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 2 1. «Расскажи об одногруппнике средствами рекламы». 2. Разработка схемы работы с рекламодателем по предложенным параметрам рекламного продукта.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Выписать из Закона РФ «О рекламе» (2006 г.) разные определение понятий «субъекты рекламного рынка», «рекламодатель», «рекламопроизводитель», "рекламораспространитель", "рекламопотребитель", "рекламное агентство". Сравнить и проанализировать данные определения, дать свое определение. 2. Объясните систему взаимодействия субъектов коммуникационного процесса. А. Кто такой «Рекламодатель». Виды рекламодателей. Их характеристика исходя из специфики функционирования на рынке. Б. Кто такой «рекламопроизводитель». Виды рекламопроизводителей. Их характеристика исходя из специфики функционирования на рынке. В. Кто такой «рекламораспространитель». Виды рекламопроизводителей. Их характеристика исходя из специфики функционирования на рынке. 3. Заполнение рабочей тетради по дисциплине.		

Тема 1.3. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 3.** Анализ основных видов документации при работе с заказчиком. Виды технического задания (брифа). Разделы брифа. Оформление технического задания (брифа) на выполнение отдельного вида работы. Оформление договора на оказание рекламных услуг. Нормирование рекламных расходов.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 3 Составление брифа на заданную тему.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Самостоятельное изучение темы "Работа над брифом". 2. Разбор видов брифов. 3. Работа с рабочей тетрадью по дисциплине.		
Тема 1.4. Использование в работе правовых норм рекламного законодательства, регулирующих взаимоотношения по оказанию услуг	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие №** 4. Виды рекламных агентств и их функции. Анализ структуры рекламного агентства. Анализ функциональных обязанностей рекламного агента. Применение ФЗ «О рекламе» в деятельности рекламного агента. Применение разделов ФЗ «О защите прав потребителей» (разделы о предоставлении услуг) в деятельности рекламного агента.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 4 1. Создание резюме для рекламного агента.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся На основе использования метода «соответствия» рассмотреть основных конкурентов торговой марки «ЛКМ- PARADE» на рынке лакокрасочной продукции. Работа с рабочей тетрадью по дисциплине.		
Тема 1.5. Ведение переговоров с заказчиками	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 5** Составление «портрета» клиента. Применение технологий общения с клиентом (в режиме деловой игры). Приемы проведения презентации рекламного продукта заказчику. Работа с дебрифом.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11

	Практическое занятие № 5 Представление материалов дебрифа заказчику и его защита. Подготовка презентации	6	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Составить схему общения с клиентом. 2. Описать процесс составления и прохождения в подразделениях РА внутреннего брифа.		
Тема 1.6. Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа	**Содержание учебного материала** **Практическое занятие № 6.** Использование различных видов офисной оргтехники в процессе получения и оформления заказа. Анализ и использование различных методов интернет-коммуникации (почта, ICQ, Skype, социальные сети, YouTube и др.) в работе рекламного агента. Структура и составление базы данных заказчиков.	6	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Составление схемы и графика работы с заказчиком по конкретному заказу.		
	Самостоятельная работа обучающихся На примере предоставленного брифа составить вопросы для заказчика для получения информации недостающей для исполнителя, которые необходимо внести в бриф. Подготовка к аттестации		
Раздел 2. Размещение и сопровождение заказа			
Тема 2.1. Установление контактов с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 6.** Рекламный продукт и рекламная продукция. Виды рекламных продуктов. Анализ предложений на рынке по производству рекламных продуктов. Виды производителей рекламных продуктов. Способы размещения заказа на рекламном производстве. Отработка заказа на рекламном производстве.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 7 Работа по индивидуальному проекту (Характеристика продукта. Анализ конкурентов. Составление таблицы соответствия).	6	

	Самостоятельная работа обучающихся 1. Подобрать примеры различных видов рекламы, присутствующей на российском рынке: социальной, политической, корпоративной, бизнес-рекламы, потребительской рекламы, стимулирующей рекламы и других видов, обсуждавшихся на лекции (или описанных в литературе). 2. Объясните систему взаимодействия субъектов коммуникационного процесса. 3. Понятие рынка. Типы рынков. 4. Заполнение рабочей тетради по темам.		
Тема 2.2. Особенности разработки рекламных сообщений	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие №** 7.Средства распространения рекламы. Классификация рекламы в зависимости от средств ее распространения. Понятие ATL, TTL и BTL-коммуникаций. Структура рекламного сообщения. Виды рекламных сообщений. Технологии создания рекламного сообщения: УТП, преимущества, имиджа марки, позиционирование. Мотивационный спектр современной рекламы. Использование мотивационного спектра современной рекламы при создании рекламного сообщения. Создание и оформление рекламного сообщения по заданным параметрам в зависимости от канала распространения.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 8 Структура и виды маркетинговых коммуникаций. Характеристика ATL , TTL и BTL- коммуникаций. Письменная работа по книге Ривс Р. Реальность в рекламе.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Подобрать примеры рекламы, использующей разные виды мотивов (не менее 10 примеров). Проанализировать, с помощью каких средств вводится в рекламе мотив. 2. Выбрать какой-либо мотив, который широко используется в рекламе. Найти примеры рекламных объявлений, в которых данный мотив вводится только с помощью текста. Найти примеры рекламных объявлений, в которых тот же самый мотив вводится только с помощью изображения. Найти примеры рекламных объявлений, в которых данный мотив выражен и в тексте, и в изображении. Сделать презентацию. 3. Заполнение рабочей тетради по дисциплине.		

Тема 2.3. Проектирование этапов создания рекламных продуктов	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 8.** Понятие рекламной кампании. Структура рекламной кампании: комплекс мероприятий рекламной кампании. Цели и разработка бюджета РК: потребность в товарной категории, осведомленность о торговой марке, отношение к торговой марке. Целевая аудитория и целевое поведение Портрет потенциального потребителя. Параметры покупательского поведения; понятие активного и пассивного покупателя; классификация потребителей. Этапы планирования и организации рекламной кампании. План-график. Бриф на разработку рекламной кампании. Заключение договоров и оформление финансовой документации.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 9 Работа по индивидуальному проекту (Создание живого силуэта целевой аудитории (Аватар). Письменная работа по книге Траут Дж. Маркетинговые войны.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Спроектировать рекламную стратегию по продвижению молодежной одежды модного итальянского бренда «Alcott» на российский рынок. 2. В рамках выполняемого индивидуального проекта выделить и описать аватары целевых групп потребителей. 3. В рамках выполняемого индивидуального проекта разработать этапы планирования рекламной кампании. 4. Заполнение рабочей тетради по дисциплине.		
Тема 2.4. Использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы	**Теоретическое занятие № 10**. Анализ каналов распространения рекламы. Определение характеристик выделенного канала распространения. Разработка контекстной рекламы в зависимости от канала коммуникации. Разработка баннерной рекламы и рекламного поста в социальных сетях.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 10 Разработка контекстной рекламы в зависимости от канала коммуникации.	6	

	Самостоятельная работа обучающихся 1. Охарактеризовать основные рекламоносители; их состав, достоинства и ограничения. • Особенности рекламы на телевидении. Виды телерекламы. • Особенности рекламы на радио. Виды радиорекламы. • Особенности рекламы в прессе. Газетная и журнальная реклама. • Особенности наружной рекламы и рекламы на транспорте, их разновидности. • Особенности рекламы в интернете, разновидности интернет-рекламы. 2. Как перечисленные ниже факторы влияют на стратегию рекламного обращения: • тип товара, его реальные и символические свойства; • стадия жизненного цикла товара; • наличие/отсутствие отличительных характеристик товара; • позиция товара в товарной категории и особенности конкурентной среды; • особенности предшествующих рекламных кампаний товара; • характеристики представителей целевой аудитории; • доминирующие мотивы выбора товаров в данной товарной категории; • возможные выгоды от приобретения товара и ранг их значимости для ЦА; • условия восприятия рекламной информации, особенности коммуникативной среды; • особенности рекламы конкурентов. Привести примеры рекламных сообщений по каждому параметру. 3. Заполнение рабочей тетради по дисциплине.		
Тема 2.5. Установление контактов со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	**Практическое занятие № 11** Анализ способов размещения рекламы в средствах массовой информации. Исследование предложения по возможному размещению рекламы в выбранном средстве массовой информации (выбор, сбор информации, телефонный звонок, электронная переписка). Медиапланирование в структуре рекламной кампании. Особенности рекламы в различных каналах коммуникации: в прессе, на радио и телевидении, видео- и кинореклама, печатная реклама, наружная реклама, реклама на транспорте, прямая почтовая реклама, реклама в компьютерных сетях и др. формы.	6	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11

	Самостоятельная работа обучающихся 1. В соответствии с темой своего индивидуального проекта разработать основное рекламное обращение, определить какие медиаканалы будут использованы в рамках рекламной кампании, обосновать необходимость использования каждого медиаканала, адаптировать ОРТ для каждого канала. 2. Составить медиаплан. 3. Заполнение рабочей тетради по дисциплине.	2	
Тема 2.6. Применение простых приемов создания и обработки изображений	**Содержание учебного материала** **Теоретическое занятие № 11.** Создание векторной иллюстрации по фотографическому изображению. Художественное оформление рекламного сообщения и оригинал-макет. Структура рекламного комплекса.	6	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Практическое занятие № 12 Создание коллажа на заданную тему.	8	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Собрать информацию и подготовить описание творческих особенностей из известных рекламодателей. 2. Собрать информацию и подготовить описание истории создания и развития одной из известных торговых марок. 3. Собрать информацию и подготовить описание истории создания и развития примера зонтичного бренда и монобренда. 4. Определить структурный состав элементов и разработать изображение условного товарного знака, по заданным функциональным характеристикам фирмы (группы предприятий). Представить в электронном виде и обосновать проект изображения торгового знака. 5. Заполнение рабочей тетради по дисциплине.	2	
Тема 2.7. Документационно-правовое сопровождение деятельности рекламного агента	**Практическое занятие № 13.** Требования к оформлению юридических документов в рекламе. Виды договоров, используемых в рекламных мероприятиях. Бриф как юридический документ в рекламе. Заполнение договора для осуществления рекламной деятельности.	8	ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
	Самостоятельная работа обучающихся. 1. Завершение работы над индивидуальным проектом 2. Подготовка к зачету	2	

Консультации		2	
ПАтт		8	
Экзамен		4	
Производственная практика		**36**	
Виды работ: 9. Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов. Ведение переговоров с заказчиком. 10. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. 11. Создание и оформление текстов рекламных объявлений. 12. Организация связи с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта. 13. Работы в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг. 14. Документационно-правовое сопровождение деятельности рекламного агента. 15. Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; для обработки текстовой информации; получения и несложной обработки графической информации, с целью продвижения рекламы. 16. Подведение итогов практики и систематизация документов по практике.			ПК 6.1-ПК 6.5. ОК.1-ОК11
Итого:		**220**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие лаборатории информационных и коммуникационных технологий.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: нормативные документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды плакаты

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: 21 ПК с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: Windows 7, Adobe Reader, 1с предприятие 8 (учебная версия), 7 zip, Adobe master collection cs4, Consulatant plus, Free pascal, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013, Бизнес пак, Adobe acrobat, Adobe design standard cs6, Adobe livecycle es2, Autodesk 3ds max 2014), переносной проектор, переносной МФУ (принтер, сканер, копир), цветной принтер, магнитофон, аудиоколонки.

4.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Печатные издания не используются. Профессиональный модуль полностью обеспечен электронными изданиями.

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, № 12, ст. 1232. // СПС «Консультант плюс»

7. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/

8. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/

10. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 25.11.2009) // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/

11. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

12. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/

Основные электронные издания:

5. Бузукова Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. URL: https://urait.ru/bcode/509159

6. Зельдович Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 293 с. —URL: https://urait.ru/bcode/495909

7. Поляков В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. URL: https://urait.ru/bcode/495461

8. Синяева И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. —URL: https://urait.ru/bcode/489961

Дополнительные электронные издания:

3. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге:

учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. URL: https://urait.ru/bcode/496326
4. Комарова Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. URL: https://urait.ru/bcode/493851

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. http://www.window.edu.ru - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. http://www.edu.ru - Российский портал открытого образования
3. http://www.liber.rsuh.ru - Электронная библиотека РГГУ
4. http://www.znanium.com - ЭБС «Знаниум»
5. http://www.advtime.ru - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
6. http://www.advi.ru - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.
7. http://www.sostav.ru - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
8. http://www.adindex.ru Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.
9. http://www.advertology.ru - Advertology. Наука о рекламе.
10. http://www.advesti.ru AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.
11. http://www.media-online.ru - Media-online. Все о рекламе.
12. http://www.rwr.ru - RWR. Реклама в России.
13. http://www.akarussia.ru - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
14. http://www.adme.ru - Сайт о рекламе.
15. http://www.reklamodatel.ru - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.
16. http://www.es.ru. - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
17. http://www.index.ru Index.ru - открытая база данных по компаниям, работающим в области визуальных коммуникаций. Самый большой каталог выполненных работ.

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Образовательная организация, реализующая подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль осуществляется преподавателем в процессе обучения.

В 1-2 семестра студенты проходят промежуточную аттестацию по ПМ 06 Освоение одной или нескольких профессий рабочих, должностей служащих, которая направлена на проверку готовности обучающегося к выполнению указанного вида профессиональной деятельности и сформированной у него компетенций, определенных в разделе 2. Результаты освоения профессионального модуля. В 2 семестре формой промежуточной аттестации по МДК.06.01 Организация деятельности по работе с заказчиком, размещение и сопровождение рекламы является экзамен.

Промежуточная аттестация по учебной практике – дифференцированный зачет. Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом,

который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательной организацией и доводятся до сведения обучающихся не позднее одного календарного месяца до начала сессии.

Для текущего контроля и промежуточной аттестации образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС). ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.	- разбирается в сегментировании рынка по торговому предложению и клиентам; - умеет использовать методы поиска и привлечения клиентов в зависимости от особенностей продаваемого продукта и постановки рекламной задачи; - знает приемы продаж.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения производственной практики.
ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.	- владеет коммуникационными навыками; - знает правила создания деловых писем и коммерческих предложений; - владеет методами ведения деловых переговоров.	Устные и письменные опросы; Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения производственной практики.
ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями	- разбирается в видах и структуре рекламных агентств, компаниях по производству рекламной	Выполнение контрольной работы по созданию резюме для рекламного агента;

рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.	продукции, медиакомпаниях; - знает направления рекламной работы; - владеет требованиями, предъявляемыми к рекламным агентам; - разбирается в видах ненадлежащей рекламы и сферах ответственности всех субъектов рекламного рынка; - знает требования к содержанию рекламной информации; - разрабатывает рекламную кампанию; - знает виды рекламных услуг, способы их производства; - знает основные виды производства рекламного продукта; - умеет взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения; - знает средства информационно-коммуникационного обеспечения рекламной деятельности; - умеет использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы; - владеет методами интернет коммуникации для связи с заказчиком; - умеет грамотно взаимодействовать с конкурентами.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.
ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	- умеет использовать различные виды офисной оргтехники; - владеет программными продуктами для оформления документов заказа; - разбирается в структуре рекламного бюджета; - знает и умеет работать с видами брифов; - умеет оформлять договорную и финансовую документацию; - знает и умеет применять ФЗ «О рекламе» и ФЗ «О защите прав потребителей» (разделы о предоставлении услуг).	Оценка в рамках текущего контроля: - подготовка, оформление и защита пакета документов по заказу проекта; - выполнение отчетной работы по составлению брифа заказчика, как приложения к договору об осуществлении рекламной деятельности. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения

		производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.
ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки.	- составляет и оформляет тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации, применяет приемы создания и обработки текстовой информации.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, в ходе проведения производственной практики и процедур предъявления рекламной продукции заказчику.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- участие в работе научно-студенческих обществ, - выступление на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности, связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставок, участие в конкурсах профессионального мастерства).	Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях, - при выполнении работ по проекту, - при выполнении работ на различных этапах производственной практики, - при выполнении индивидуальных домашних заданий; - при выполнении самостоятельной работы; - при проведении: зачета, квалификационного экзамена по модулю.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выбор применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- анализ профессиональных ситуаций, - решение стандартных и нестандартных задач.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,	- эффективный поиск необходимой информации, - использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождение	

профессионального и личностного развития.	различных этапов производственной практики.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- использование в учебной и профессиональной деятельности, различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий (проектов).	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики, - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования.	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	