



Частное учреждение
профессионального образования
«Костромской технологический техникум»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧУПО КТТ
А.В. Баскаков

1 сентября 2018 г.



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА)**

Укрупненная группа специальностей
**42.00.00 СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И
ИНФОРМАЦИОННО-БИБЛИОТЕЧНОЕ ДЕЛО**

Специальность
42.02.01. РЕКЛАМА

Квалификация выпускника
СПЕЦИАЛИСТ ПО РЕКЛАМЕ

КОСТРОМА 2018

Основная образовательная программа среднего профессионального образования (СПССЗ) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО) по специальности **42.02.01 Реклама**

Организация - разработчик:
ЧУПО «Костромской технологический техникум»

РАССМОТРЕНО
на заседании ЦМК
социально-правовых дисциплин
«29» 08 2018 г., протокол № 1

Председатель  Р.И.Шарипова

СОГЛАСОВАНО
на заседании педагогического совета
«31» 08 2018 г., протокол № 1
с участием представителя работодателя:

Генеральный директор
ООО «МАСТЭКС»
 С.Е. Пивоваров



СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
3. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	8
4. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП СПО ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ	16
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	21
6. АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ, ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	34

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основная образовательная программа среднего профессионального образования (ППССЗ) по специальности ФГОС СПО **42.02.01. Реклама** (далее ОПОП), реализуемая в ЧУПО «Костромской технологический техникум» (далее КТТ) представляет собой комплекс нормативно-правовой и методической документации, регламентирующий содержание, организацию и оценку качества подготовки обучающихся, разработанную и утвержденную КТТ исходя из требований к профессиональной подготовке специалиста по рекламе не только в области разработки и создания дизайна, производства рекламной продукции, маркетингового и правового обеспечения реализации рекламного продукта, организации и управления процессом изготовления рекламного продукта, но и для расширения кругозора – в других направлениях рекламной деятельности.

ОПОП определяет цели, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, ожидаемые результаты, а также оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя:

- график учебного процесса;
- учебный план;
- программы учебных дисциплин и профессиональных модулей;
- программы учебной и производственной практик;
- программу Государственной итоговой аттестации;
- методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.
- другие материалы, обеспечивающие качество подготовки специалистов в области общественного питания.

Организация образовательного процесса осуществляется на основе Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.05.2012г. № 413 (в ред. приказа Минобрнауки РФ от 29.12.2014г. № 1645), зарегистрированного в Минюсте России 07.06.2012г. № 24480, Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12. 05. 2014 г. № 510, зарегистрированного в Минюсте России 26.06.2014г. № 32859, а также прочих нормативно-правовых актов:

- 1) Приказа Минобрнауки России от 14.06.2013г. № 464 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (в ред. приказа Минобрнауки России от 15.12.2014г. №1580);
- 2) Приказа Минобрнауки России от 28.05.2014г. № 594 «Об утверждении Порядка разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ»;
- 3) Приказа Минобрнауки России от 16.08.2013г. № 968 ««Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»»;
- 4) Приказа Минобрнауки России от 18.04.2013г. № 291 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования»;
- 5) Письма Минобрнауки России от 17.03.2015г. № 06-259 «Рекомендации по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных

- государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования»;
- 6) Приказа Минобрнауки РФ от 29.07.2017г №613 «О внесении изменений в федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования»;
 - 7) Устава ЧУПО КТТ;
 - 8) Положения о ЧУПО КТТ;
 - 9) ПОПОП по специальности Реклама, утвержденной областным экспертным советом № 4 от 19.12.2012г;
 - 10) ООП СПО (ППССЗ) по специальности Реклама;
 - 11) Прочие.

Целью разработки ООП по данной специальности является методическое обеспечение реализации ФГОС СПО, развитие у обучающихся личностных и профессиональных качеств, а также формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с видами деятельности в области создания рекламного продукта.

Сроки получения среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки в очной форме обучения и присваиваемая квалификация приводятся в таблице:

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	Наименование квалификации базовой подготовки	Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки в очной форме обучения
среднее общее образование	Специалист по рекламе	2 года 10 месяцев
основное общее образование		3 года 10 месяцев

Объем обязательной (аудиторной) учебной нагрузки в период теоретического обучения согласно ФГОС не превышает 36 академических часов в неделю. Максимальная учебная нагрузка обучающегося в период теоретического обучения не превышает 54 академических часов в неделю. Она включает в себя все виды учебной работы в образовательном учреждении и вне его: обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам в виде уроков, лабораторных и практических занятий, лекций, консультаций, выполнение домашних заданий, самостоятельную работу и т.п. При подсчете общей максимальной учебной нагрузки использован коэффициент равный 1,5. Теоретическое обучение по профессиональной образовательной программе составляет 3096 часов (86недель), по профессиональной образовательной программе с учетом общеобразовательного цикла – 4500 часов (125 недель).

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Область профессиональной деятельности выпускников:

- организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии;
- первичные трудовые коллективы.

Специалисты по рекламе готовятся к следующим видам деятельности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- Производство рекламной продукции.
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- Выполнение работ по профессии рекламного агента.

Результаты освоения ООП СПО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Специалист по рекламе должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Специалист по рекламе должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими видам деятельности:

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

2. Производство рекламной продукции.

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

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

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

3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, служащих (работа рекламного агента)

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиками.

ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

ПК 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ПК 5.8. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.9. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.10. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 5.11. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 5.12. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 5.13. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

3. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОПОП регламентируется следующими документами:

- график учебного процесса на текущий год;
- рабочий учебный план по специальности на базе основного общего образования и на базе среднего общего образования;
- рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей;
- рабочие программы учебных и производственных практик;
- методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующих образовательных технологий, а также качество подготовки и воспитания обучающихся;
- программа государственной итоговой аттестации.

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по специальности среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Форма обучения – очная

Нормативный срок обучения на базе

основного общего образования - 3 года 10 месяцев

Индекс	Элементы учебного процесса, в т.ч. учебные дисциплины, профессиональные модули, междисциплинарные курсы	Формы промежуточной аттестации	Макс. учебная нагрузка обучающегося, час.	Самостоятельная учебная нагрузка обучающегося, час.	Обязательная учебная нагрузка			Курс изучения
					Всего	В том числе		
						Лаб. и практ. занятий	курс. работа (проект)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
О.00	Общеобразовательный цикл		2106	702	1404	362		
ОУДБ.01	Русский язык	Э	117	39	78			1
ОУДБ.02	Литература	-/Э	176	59	117			1
ОУДБ.03	Иностранный язык	-/З	175	58	117	117		1
ОУДБ.04	История	-/ДЗ	176	59	117			1
ОУДБ.05	Физическая культура	-/ДЗ	176	59	117	115		1
ОУДБ.06	ОБЖ	З	105	35	70	30		1
ОУДБ.07	Обществознание	ДЗ	117	39	78			1
ОУДБ.08	Естествознание	-/ДЗ	162	54	108	32		1
ОУДБ.09	География	З	54	18	36			1
ОУДБ.10	Экология	З	54	18	36	8		1
ОУДБ.11	Астрономия	З	58	19	39			1
ОУДП.12	Математика	Э/З	351	117	234			1
ОУДП.13	Информатика	-/Э	150	50	100	60		1

ОУДП.14	Экономика	ДЗ	108	36	72			1
ОУДП.15	Право	ДЗ	127	42	85			
ОГСЭ.00	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл		660	220	440	342		
ОГСЭ.01	Основы философии	З	58	10	48			2
ОГСЭ.02	История	ДЗ	58	10	48			2
ОГСЭ.03	Иностранный язык	-/З/-/З/-/ДЗ	200	28	172	172		2-4
ОГСЭ.04	Физическая культура	-/З/-/З/-/ДЗ	344	172	172	170		2-4
ЕН.00	Математический и общий естественнонаучный цикл		210	70	140	80		
ЕН.01	Математика	ДЗ	60	20	40	20		2
ЕН.02	Экологические основы природопользования	З	48	16	32	10		3
ЕН.03	Информатика	ДЗ	102	34	68	50		2
П.00	Профессиональный цикл		2382	794	1588	1048	20	
ОП.00	Общепрофессиональные дисциплины		924	308	616	476		
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	-/Э	450	150	300	300		2
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	-/ДЗ	210	70	140	100		3
ОП.03	История изобразительного искусства	ДЗ	90	30	60			2
ОП.04	Экономика организации	З	72	24	48	28		2
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	ДЗ	102	34	68	48		3
ПМ.00	Профессиональные модули		1458	486	972	572	20	
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции		468	158	310	200		
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	Э	182	62	120	70		
УП.01					72			3
ПП.01					72			
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	-/Э	286	96	190	130		
УП.01					72			4
ПП.01					72			
ПМ.02	Производство рекламной продукции		468	158	310	194	20	
МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	Э	91	31	60	22	20	
УП.02					72			3
ПП.02					72			
МДК.02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	ДЗ	91	31	60	38		
УП.02					36			4
ПП.02								
МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии	Э	136	46	90	68		
УП.02					72			3
ПП.02								

МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео	Э	150	50	100	66		
УП.02					72			4
ПП.02								
ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		262	90	172	104		
МДК.03.01	Маркетинг в рекламе	-/Э	170	58	112	70		
УП.03								2
ПП.03					72			
МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности	ДЗ	92	32	60	34		
УП.03								2
ПП.03					72			
ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		152	44	108	38		
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	ДЗ	152	44	108	38		
УП.04					36			4
ПП.04								
ПМ.05	Выполнение работ по профессии рекламный агент	Э	108	36	72	36		
УП.05					36			3
ВЧ.00	Вариативная часть		1392	464	928	354		
ВЧ.01	Основы рекламы	Э	102	34	68	20		2
ВЧ.02	Режиссура и сценарное мастерство	ДЗ	84	28	56	20		3
ВЧ.03	Обработка векторной графики	ДЗ	72	24	48	48		2
ВЧ.04	Дизайн интерьера	З	96	32	64	36		4
ВЧ.05	Создание Интернет-сайтов и WEB-страниц	ДЗ	78	26	52	20		3
ВЧ.06	Основы бухгалтерского учета	З	51	17	34	10		3
ВЧ.07	Подготовка и проведение PR-акций	З	48	16	32	28		2
ВЧ.08	Риторика	З	48	16	32			2
ВЧ.09	Русский язык и культура речи	З	63	21	42			2
ВЧ.10	Краеведение	З	48	16	32			2
ВЧ.11	Бизнес-планирование	З	48	16	32	10		4
ВЧ.12	Эффективное поведение на рынке труда	З	48	16	32	10		4
ВЧ.13	Документационное обеспечение управления	З	72	24	48	22		3
ВЧ.14	Логика	З	48	16	32	10		2
ВЧ.15	Этика и психология делового общения	ДЗ	48	16	32	20		4
ВЧ.16	Макетирование и верстка	ДЗ	99	33	66	20		3
ВЧ.17	Инженерная графика	ДЗ	99	33	66	30		3
ВЧ.18	Обработка растровой графики	Э	93	31	62	20		2
ВЧ.19	Основы социологии и политологии	ДЗ	48	16	32	4		2

ВЧ.20	Финансы, денежное обращение и кредит	ДЗ	99	33	66	26		4
ВСЕГО	Теоретическое обучение по профессиональной образовательной программе		4644	1548	3096	1824	20	
ВСЕГО	Теоретическое обучение по профессиональной образовательной программе с учетом общеобразовательного цикла		6750	2250	4500	2186	20	
УП	Учебная практика	13 недель			468			3-4
ПП	Практика по профилю специальности	10 недель			360			2-4
ПДП	Преддипломная практика	4 недели			144			4
ГИА	Государственная итоговая аттестация	6 недель			216			4
ГИА.01	Подготовка выпускной квалификационной работы	4 недели			144			
ГИА.02	Защита выпускной квалификационной работы	2 недели			72			
ВК.00	Время каникулярное	34 недели						

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН
по специальности среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе
Форма обучения – очная

Нормативный срок обучения на базе
среднего общего образования - 2 год 10 месяцев

Индекс	Элементы учебного процесса, в т.ч. учебные дисциплины, профессиональные модули, междисциплинарные курсы	Формы промежуточной аттестации	Макс. учебная нагрузка обучающегося, час.	Самостоятельная учебная нагрузка обучающегося, час.	Обязательная учебная нагрузка			Курс изучения
					Всего	В том числе		
						Лаб. и практ. занятий	курс. работа (проект)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ОГСЭ.00	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл		660	220	440	342		
ОГСЭ.01	Основы философии	З	58	10	48			1
ОГСЭ.02	История	ДЗ	58	10	48			1
ОГСЭ.03	Иностранный язык	-/З/-/З/-/ДЗ	200	28	172	172		1-3
ОГСЭ.04	Физическая культура	-/З/-/З/-/ДЗ	344	172	172	170		1-3
ЕН.00	Математический и общий естественнонаучный цикл		210	70	140	80		
ЕН.01	Математика	ДЗ	60	20	40	20		2

ЕН.02	Экологические основы природопользования	З	48	16	32	10		3
ЕН.03	Информатика	ДЗ	102	34	68	50		2
П.00	Профессиональный цикл		2382	794	1588	1048	20	
ОП.00	Общепрофессиональные дисциплины		924	308	616	476		
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	-/Э	450	150	300	300		1
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	-/ДЗ	210	70	140	100		2
ОП.03	История изобразительного искусства	ДЗ	90	30	60			1
ОП.04	Экономика организации	З	72	24	48	28		1
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	ДЗ	102	34	68	48		2
ПМ.00	Профессиональные модули		1458	486	972	572	20	
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции		468	158	310	200		
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	Э	182	62	120	70		2
УП.01					72			
ПП.01					72			
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	-/Э	286	96	190	130		3
УП.01					72			
ПП.01					72			
ПМ.02	Производство рекламной продукции		468	158	310	194	20	
МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	Э	91	31	60	22	20	2
УП.02					72			
ПП.02					72			
МДК.02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	ДЗ	91	31	60	38		3
УП.02					36			
ПП.02								
МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии	Э	136	46	90	68		2
УП.02					72			
ПП.02								
МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео	Э	150	50	100	66		3
УП.02					72			
ПП.02								
ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		262	90	172	104		
МДК.03.01	Маркетинг в рекламе	-/Э	170	58	112	70		1
УП.03								
ПП.03					72			
МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности	ДЗ	92	32	60	34		1

УП.03								
ПП.03					72			
ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		152	44	108	38		
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	ДЗ	152	44	108	38		3
УП.04					36			
ПП.04								
ПМ.05	Выполнение работ по профессии рекламный агент	Э	108	36	72	36		2
УП.05					36			
ВЧ.00	Вариативная часть		1392	464	928	354		
ВЧ.01	Основы рекламы	Э	102	34	68	20		1
ВЧ.02	Режиссура и сценарное мастерство	ДЗ	84	28	56	20		2
ВЧ.03	Обработка векторной графики	ДЗ	72	24	48	48		1
ВЧ.04	Дизайн интерьера	З	96	32	64	36		3
ВЧ.05	Создание Интернет-сайтов и WEB-страниц	ДЗ	78	26	52	20		2
ВЧ.06	Основы бухгалтерского учета	З	51	17	34	10		2
ВЧ.07	Подготовка и проведение PR-акций	З	48	16	32	28		3
ВЧ.08	Риторика	З	48	16	32			1
ВЧ.09	Русский язык и культура речи	З	63	21	42			1
ВЧ.10	Краеведение	З	48	16	32			1
ВЧ.11	Бизнес-планирование	З	48	16	32	10		3
ВЧ.12	Эффективное поведение на рынке труда	З	48	16	32	10		3
ВЧ.13	Документационное обеспечение управления	З	72	24	48	22		2
ВЧ.14	Логика	З	48	16	32	10		1
ВЧ.15	Этика и психология делового общения	ДЗ	48	16	32	20		3
ВЧ.16	Макетирование и верстка	ДЗ	99	33	66	20		2
ВЧ.17	Инженерная графика	ДЗ	99	33	66	30		2
ВЧ.18	Обработка растровой графики	Э	93	31	62	20		1
ВЧ.19	Основы социологии и политологии	ДЗ	48	16	32	4		1
ВЧ.20	Финансы, денежное обращение и кредит	ДЗ	99	33	66	26		3
ВСЕГО	Теоретическое обучение по профессиональной образовательной программе		4644	1548	3096	1824	20	
УП	Учебная практика	13 недель			468			2-3
ПП	Практика по профилю специальности	10 недель			360			1-3
ПДП	Преддипломная практика	4 недели			144			3
ГИА	Государственная итоговая аттестация	6 недель			216			3
ГИА.01	Подготовка выпускной квалификационной работы	4 недели			144			

ГИА.02	Защита выпускной квалификационной работы	2 недели			72			
ВК.00	Время каникулярное	23 недели						

График учебного процесса (в приложении)

Перечень рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей и практик

№ п/п	Индекс дисциплины, профессионального модуля, практики по ФГОС СПО	Наименование циклов, разделов и программ
1	2	3
	ОГСЭ.00	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл
1	ОГСЭ.01	Основы философии
2	ОГСЭ.02	История
3	ОГСЭ.03	Иностранный язык
4	ОГСЭ.04	Физическая культура
	ЕН.00	Математический и общий естественнонаучный цикл
5	ЕН.01	Математика
6	ЕН.02	Экологические основы природопользования
7	ЕН.03	Информатика
	П.00	Профессиональный цикл
	ОП.00	Общепрофессиональные дисциплины
8	ОП.01	Рисунок с основами перспективы
9	ОП.02	Живопись с основами цветоведения
10	ОП.03	История изобразительного искусства
11	ОП.04	Экономика организации
12	ОП.05	Безопасность жизнедеятельности
	ПМ.00	Профессиональные модули
13	ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции
14	ПМ.02	Производство рекламной продукции
15	ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
16	ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
17	ПМ.05	Выполнение работ по профессии рекламного агента
	ВЧ.00	Вариативная часть
18	ВЧ.01	Основы рекламы
19	ВЧ.02	Режиссура и сценарное мастерство
20	ВЧ.03	Обработка векторной графики
21	ВЧ.04	Дизайн интерьера
22	ВЧ.05	Создание Интернет-сайтов и WEB-страниц
23	ВЧ.06	Основы бухгалтерского учета
24	ВЧ.07	Подготовка и проведение PR-акций
25	ВЧ.08	Риторика
26	ВЧ.09	Русский язык и культура речи

27	ВЧ.10	Краеведение
28	ВЧ.11	Бизнес-планирование
29	ВЧ.12	Эффективное поведение на рынке труда
30	ВЧ.13	Документационное обеспечение управления
31	ВЧ.14	Логика
32	ВЧ.15	Этика и психология делового общения
33	ВЧ.16	Макетирование и верстка
34	ВЧ.17	Инженерная графика
35	ВЧ.18	Обработка растровой графики
36	ВЧ.19	Основы социологии и политологии
37	ВЧ.20	Финансы, денежное обращение и кредит
38	УП	Учебная практика
39	ПП	Практика по профилю специальности
40	ПДП	Преддипломная практика
41	ГИА	Государственная итоговая аттестация

**Программы учебных дисциплин, профессиональных модулей
(в приложении)**

Практика является обязательным разделом ООП и представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. При реализации ООП предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная.

Производственная практика состоит из двух этапов: практики по профилю специальности и преддипломной практики.

Учебная практика проводится при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей, реализуется рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями. Практика по профилю специальности может проводиться как по окончании изучения профессионального модуля, так и перед преддипломной практикой. Преддипломная практика проводится на базах практики – организациях соответствующего профиля на основании заключенных с ними договоров.

Программа производственной (преддипломной) практики (в приложении)

4. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП СПО ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Ресурсное обеспечение основной профессиональной образовательной программы формируется на основе требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Реализация ООП по специальности обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой учебной дисциплины или профессионального модуля, занимающиеся учебно-методической деятельностью. Преподаватели, ведущие общепрофессиональные дисциплины и профессиональные модули, имеют высшую квалификационную категорию.

Педагогические кадры в своей деятельности опираются на принципы профессионализма, преемственности, научно-педагогического опыта, используя при этом имеющиеся прочные связи с организациями – базами практики в области технологии продукции общественного питания.

Реализация ОПОП обеспечивается учебно-методической документацией по всем дисциплинам, междисциплинарным курсам и профессиональным модулям, в том числе рекомендованной Министерством образования Российской Федерации

Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и обоснованием расчета времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Реализация ОПОП по специальности обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных, библиотечным фондам и сети Интернет.

Библиотечный фонд укомплектован печатными или электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам всех учебных циклов и регулярно пополняется.

Реализация ООП по специальности обеспечивает выполнение обучающимися практических занятий, в том числе с использованием персональных компьютеров.

При использовании электронных изданий техникум обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

Техникум располагает 6 современными компьютерными классами, объединённых в локальную сеть, с выходом в INTERNET.

В 3 аудиториях установлено стационарное мультимедийное оборудование для проведения лекционных и практических занятий по всем дисциплинам. 2 переносные мультимедийные системы могут быть установлены в актовом зале, библиотеке, мастерской рисунка и живописи, кабинете истории культуры и искусства или в других учебных кабинетах. Общее количество компьютеров, подключённых к локальной сети - 143, в том числе 116 компьютеров используются в образовательной деятельности.

Компьютерное программное обеспечение

№ п/п	Категории пользователей программ	Наименование программы	Область применения
1.	Программы для обучающихся	«ПоЗнание 2.0» «Консультант+» «1С: Бухгалтерия предприятия», «1С: Зарплата и кадры»,	Тестовая оболочка для организации промежуточной аттестации Справочно-информационная поисковая система Рабочие программы фирмы «1С» для организации обучения

		«1С: Управление торговлей», «Камин» «Autodesk – Akademic»	3D, Инженерная графика
2.	Программы для руководителей	“MS Office”	Офисное приложение
3.	Программы для инженерно-педагогических работников	«1С: Библиотека»	Программу управления библиотекой

В целях совершенствования учебного процесса проходят заседания цикловой методической комиссии социально-правовых дисциплин в соответствии с планом, как правило, один раз в месяц, где обсуждаются актуальные вопросы, связанные с организацией образовательного и воспитательного процесса в рамках установленных Положением о ЦМК полномочий.

Сведения об обеспеченности образовательного процесса материально-технической базой

Дисциплина (профессиональный модуль) по учебному плану	Наименование учебных кабинетов, лабораторий, учебно-производственных мастерских и других помещений	Форма владения, пользования (собственность, оперативное управление, аренда и т.п.)
ОГСЭ.01. Основы философии	Кабинет гуманитарных дисциплин (№323).	оперативное управление
ОГСЭ.02. История	Кабинет гуманитарных дисциплин, истории и географии (№218).	оперативное управление
ОГСЭ.03. Иностранный язык	Кабинет иностранного языка (№309), (№311)	оперативное управление
ОГСЭ.04. Физическая культура	Спортивный зал	оперативное управление
ЕН.01. Математика	Кабинет математики и физики (№302).	оперативное управление
ЕН.02. Экологические основы природопользования	Кабинет экологии и микробиологии (№307)	оперативное управление
ЕН.03. Информатика	Кабинет информационных технологий и прикладной информатики (№ 202)	оперативное управление
ОП.01. Рисунок с основами перспективы	Мастерская рисунка и живописи (№301)	оперативное управление
ОП.02. Живопись с основами цветоведения	Мастерская рисунка и живописи (№301)	оперативное управление
ОП.03. История изобразительного искусства	Кабинет истории культуры и искусства (№318)	оперативное управление
ОП.04. Экономика организации	Кабинет экономики и анализа ФХД (№314)	оперативное управление
ОП.05. Безопасность жизнедеятельности	Кабинет безопасности жизнедеятельности и основ военной службы (№112)	оперативное управление
ПМ 01. МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	Кабинет проектирования рекламного продукта (№ 205)	оперативное управление
ПМ 01. МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	Кабинет проектирования рекламного продукта (№ 205) Багетная мастерская (№ 119)	оперативное управление
ПМ 02. МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	Мастерская графических и печатных работ (№224)	оперативное управление
ПМ 02. МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	Кабинет проектирования рекламного продукта (№ 205)	оперативное управление
ПМ 02. МДК 02.03 Техника и технологии	Лаборатория фотографии, техники видеосъемки (№ 317)	оперативное управление

рекламной фотографии		
ПМ 02. МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео	Лаборатория фотографии, техники видеосъемки (№ 317)	оперативное управление
ПМ 03. МДК 03.01. Маркетинг в рекламе	Кабинет маркетинга и менеджмента (№ 118)	оперативное управление
ПМ 03. МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности	Кабинет отраслей права (№ 313)	оперативное управление
ПМ 04. МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	Кабинет маркетинга и менеджмента (№ 118)	оперативное управление
ПМ 05. Выполнение работ по профессии рекламного агента	Кабинет проектирования рекламного продукта (№ 205) Лаборатория фотографии, техника видеосъемки (№ 317) Кабинет маркетинга и менеджмента (№ 118)	оперативное управление
ВЧ.01. Основы рекламы	Кабинет гуманитарных дисциплин (№ 323)	оперативное управление
ВЧ.02. Режиссура и сценарное мастерство	Кабинет гуманитарных дисциплин (№ 323)	оперативное управление
ВЧ.03. Обработка векторной графики	Кабинет проектирования рекламного продукта (№ 205)	оперативное управление
ВЧ.04. Дизайн интерьера	Кабинет проектирования рекламного продукта (№ 205)	оперативное управление
ВЧ.05. Создание Интернет-сайтов и WEB-страниц	Кабинет операционных, информационных систем и компьютерных сетей (№ 203)	оперативное управление
ВЧ.06. Основы бухгалтерского учета	Учебная бухгалтерия (№303)	оперативное управление
ВЧ.07. Подготовка и проведение PR-акций	Кабинет гуманитарных дисциплин (№ 323)	оперативное управление
ВЧ.08. Риторика	Кабинет русского языка и литературы (№ 312)	оперативное управление
ВЧ.09. Русский язык и культура речи	Кабинет русского языка и литературы (№ 312)	оперативное управление
ВЧ.10. Краеведение	Кабинет гуманитарных дисциплин (№ 323)	оперативное управление
ВЧ.11. Бизнес-планирование	Кабинет маркетинга и менеджмента (№ 118)	оперативное управление
ВЧ.12. Эффективное поведение на рынке труда	Кабинет социально-экономических дисциплин (№ 221)	оперативное управление
ВЧ.13. Документационное обеспечение управления	Кабинет документационного обеспечения управления (№ 319)	оперативное управление

ВЧ.14. Логика	Кабинет социально-экономических дисциплин (№ 221)	оперативное управление
ВЧ.15. Этика и психология делового общения	Кабинет социально-экономических дисциплин (№ 221)	оперативное управление
ВЧ.16. Макетирование и верстка	Кабинет информационных технологий и прикладной информатики (№ 202)	оперативное управление
ВЧ.17. Инженерная графика	Кабинет информационных технологий и прикладной информатики (№ 202)	оперативное управление
ВЧ.18. Обработка растровой графики	Кабинет информационных технологий и прикладной информатики (№ 202)	оперативное управление
ВЧ.19. Основы социологии и политологии	Кабинет социально-экономических дисциплин (№ 221)	оперативное управление
ВЧ.20. Финансы, денежное обращение и кредит	Кабинет экономики и анализа ФХД (№314)	оперативное управление

Материально-техническая база находится в удовлетворительном состоянии.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают:

- контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий и контрольных работ, семинаров, зачетов и экзаменов;
- тесты и компьютерные тестирующие программы;
- примерную тематику курсовых работ, рефератов и индивидуальных проектов;
- иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом оценка качества подготовки специалистов должна включать следующие типы:

- а) текущую;
- б) промежуточную;
- в) итоговую государственную аттестацию.

Данные типы контроля служат основным средством обеспечения в учебном процессе обратной связи между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования их работы, а также совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. К достоинствам данного типа относится его систематичность, необходимую для постоянного и непрерывного мониторинга качества обучения.

Промежуточный контроль осуществляется в конце семестра и может завершать изучение как отдельной дисциплины или профессионального модуля, так и их раздела (разделов). Подобный контроль помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях даже формирование определенных профессиональных компетенций.

Итоговый контроль служит для проверки результатов обучения в целом. Это своего рода государственная приемка выпускника при участии внешних экспертов, в том числе работодателей. Лишь она позволяет оценить совокупность приобретенных студентом универсальных и профессиональных компетенций.

При переходе на модульную систему организации учебного процесса очевидна необходимость введения так называемого модульного контроля. Модульный контроль осуществляется в конце изучения профессионального модуля. В определенной степени модульный контроль представляет собой этап итоговой аттестации обучающегося и позволяет проверить отдельные компетенции или совокупности взаимосвязанных компетенций при освоении определенного вида профессиональной деятельности.

Контроль знаний обучающихся может осуществляться в таких видах как:

- а) устный опрос;
- б) письменная работа;
- в) контроль с помощью технических средств и информационных систем.

Каждый из данных видов контроля выделяется по способу выявления формируемых компетенций, в том числе: в процессе беседы преподавателя и обучающегося; в процессе создания и проверки письменных материалов; путем использования компьютерных программ. Каждый из видов контроля осуществляется с помощью определенных форм, которые могут быть как одинаковыми для нескольких видов контроля, так и специфическими. Соответственно, и в рамках некоторых форм контроля могут сочетаться устные и письменные испытания.

К формам контроля относятся:

- тестирование;
- собеседование;
- контрольная работа;
- творческая работа;
- реферат;
- индивидуальный проект;
- отчет по практике;
- курсовая работа;
- зачет, в том числе дифференцированный;
- экзамен.

Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, зачет, экзамен по дисциплине, профессиональному модулю. Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Устный опрос обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя, т.к. при непосредственном контакте создаются условия для его неформального общения с обучающимся.

Собеседование - специальная беседа преподавателя со обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме.

Зачет и экзамен представляют собой формы периодической отчетности обучающегося, определяемые учебным планом по специальности. Зачеты служат формой проверки качества усвоения учебного материала на занятиях, при выполнении обучающимися практических заданий, успешного прохождения производственной и преддипломной практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой. Оценка, выставляемая за зачет, и в том числе дифференцированный устанавливается по утвержденной шкале оценивания (отлично, хорошо, удовлетворительно).

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы обучающегося в течение семестра (года, всего срока обучения и др.) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления.

Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией в форме квалификационного экзамена, которую проводит экзаменационная комиссия. В состав экзаменационной комиссии могут входить представители общественных организаций или представители работодателей.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающихся не позднее двух месяцев от начала обучения.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	- обоснованность необходимости поиска рекламных идей для изготовления рекламного продукта; - обоснованность выбора творческой концепции при создании рекламного продукта - выбор художественной формы	Зачеты по учебной практике и по каждому из разделов профессионального модуля Экзамен по

	<p>реализации рекламной идеи;</p> <ul style="list-style-type: none"> - точность создания визуального образа с рекламными функциями; - обоснованность поиска различных решений при создании рекламного продукта, услуги; 	<p>профессионально му модулю</p>
<p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - выбор технологий создания рекламного продукта; - демонстрация точности художественного конструирования рекламного продукта по заданию; - обоснованность технологии разработки композиционного решения рекламного продукта - демонстрация правильности выбора оптимальных изобразительных средств рекламы; 	
<p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора способов использования выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы; - демонстрация выбора материалов и изобразительных средств при создании рекламного продукта; - исполнение оригиналов рекламного продукта или отдельных элементов проекта по разработанным макетам; - демонстрация качества создания и презентация рекламного продукта или отдельного его элемента; 	
<p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора информации для составления рекламных текстов; - демонстрация точности использования способов и приемов при составлении рекламных текстов; - демонстрация технологии форматирования текстов для продвижения рекламного продукта; - обоснованность выбора дизайна текстовых документов; 	
<p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация точности использования необходимых методов при проектировании 	

	<p>рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - точность выбора дизайна рекламного продукта с использованием художественных и компьютерных программ; - обоснованность выбора визуальных образов при создании дизайна рекламной продукции; - демонстрация выбора методов психологического воздействия на потребителя рекламного продукта; 	
<p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора оборудования и инструментов, используемых при создании рекламного продукта; - обоснованность выбора основных изобразительных средств и материалов, используемых при создании рекламного продукта; - качество выбора материалов и изобразительных средств для создания рекламного продукта; - точность выполнения эскизов рекламного продукта; 	
<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - выбор технологий создания рекламного продукта; - демонстрация точности создания моделей, макетов, сценариев рекламного продукта в соответствии с выбранной технологией; - демонстрация соответствия созданного рекламного продукта утвержденной идее; 	<p>Зачеты по учебной практике и по каждому из разделов профессионального модуля</p> <p>Экзамен по профессиональному модулю</p>
<p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование выбора основных изобразительных средств и материалов, используемых при создании рекламного продукта; - качество выбора материалов и изобразительных средств при создании рекламного продукта; - исполнение оригиналов рекламного продукта или отдельных элементов проекта по разработанным макетам; - демонстрация качества создания и презентация рекламного продукта или отдельного его элемента; 	

<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определение основных целевых групп рекламного продукта; - демонстрация правильности составления договоров по типу «Рекламодаделец - Рекламное агентство»; - выбор основных принципов ценообразования на рекламную продукцию; - точность постановки целей и выбор алгоритма проведения рекламной компании; - обоснование выбора технологии проведения анализа состояния рекламного рынка. 	
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование основных элементов комплекса маркетинговых мероприятий; - демонстрация точности и правильности разработки программы маркетингового исследования; - обоснование выбора источников правового регулирования рекламной деятельности; - выбор алгоритма составления календарного графика размещения рекламы; - демонстрация основных различий при формировании цен на рекламную продукцию и рекламные услуги; - точность выполнения этапов по разработке плана маркетингового микса. 	<p>Зачеты по практике по профилю специальности и по каждому из разделов профессионального модуля</p> <p>Экзамен по профессиональному модулю</p>
<p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности; - качество планирования рекламы и обоснования выбора видов собственной работы по ее изготовлению; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - решение ситуационных задач в области рекламной деятельности; - качество выбора субъектов рекламной деятельности; 	<p>Зачеты по учебной практике и по каждому из разделов профессионального модуля.</p> <p>Экзамен по профессиональному модулю</p>

<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование выбора методов самоконтроля при изготовлении рекламной продукции; - демонстрация точности и своевременности проведения контроля на всех этапах создания рекламного продукта; - демонстрация соответствия созданного рекламного продукта утвержденной идее; - точность и правильность расчета стоимости создания рекламного продукта; 	
<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности; - качество планирования рекламы и обоснования выбора видов собственной работы по ее изготовлению; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - решение ситуационных задач в области рекламной деятельности; - качество выбора субъектов рекламной деятельности; 	
<p>ПМ 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора видов рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов; - демонстрация видов рекламной продукции, предлагаемой потенциальным клиентам; - точность оценки качества рекламного продукта; - определение основных целевых групп рекламного продукта; 	<p>Зачеты по учебной практике и по каждому из разделов профессионального модуля</p>
<p>ПМ 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора методов работы посредника по продвижению рекламных услуг; - выбор основных принципов ценообразования на рекламную продукцию и услуги; 	
<p>ПМ 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора основных элементов в комплексе маркетинговых мероприятий; - демонстрация точности и правильности оформления договорной и финансовой документации; 	<p>Экзамен по профессиональному модулю</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация основных различий при формировании цен на рекламную продукцию и рекламные услуги; 	
<p>ПМ 5.4. Опирайтесь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - выбор основной нормативно-законодательной базы, регулирующей рекламную деятельность; - определение видов правовых норм по взаимоотношениям рекламодателя и рекламного агентства; 	
<p>ПМ 5.5. Вести переговоры с заказчиками</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация умений вести переговоры с заказчиками рекламного продукта; - обоснованность выбора текстов и особенностей подготовки публичного выступления; 	
<p>ПМ 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора оборудования, офисной оргтехники, используемых при создании рекламного продукта; - определение способов безопасного пользования офисной оргтехники при оформлении заказа на производство рекламного продукта; 	
<p>ПМ 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> - точность выполнения этапов по разработке плана маркетингового микса; - обоснованность выбора рекламного агентства по производству рекламного продукта; - обоснованность выбора основных элементов в комплексе мероприятий, проводимых с производителями рекламы; 	
<p>ПМ 5.8. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора текста рекламного объявления; - демонстрация умений при составлении и текстов рекламных объявлений; - точность оформления рекламных объявлений и их соответствие установленным требованиям делопроизводства; 	
<p>ПМ 5.9. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора способов привлечения потребителей с целью размещения рекламного продукта через рекламные акции; 	

	- демонстрация умений исполнителя работать в рекламных акциях;	
ПМ 5.10. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.	- выбор современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы; - демонстрация этапов продвижения рекламного продукта с использованием информационного обеспечения;	
ПМ 5.11 Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.	- выбор программного обеспечения для обработки текстовой информации; - демонстрация точности и правильности обработки текстов;	
ПМ 5.12 Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	- выбор СМИ, способных проводить рекламные кампании с целью продвижения рекламного продукта; - демонстрация рекламного продукта для его размещения в СМИ;	
ПМ 5.13 Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.	- обоснованность выбора приемов, используемых при создании и обработке изображений; - демонстрация владения приемами создания и обработки изображений;	

Результаты (освоенные компетенции) общие	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.	- аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - наличие положительных отзывов по итогам практики; - участие в студенческих конференциях, конкурсах.	Экспертное наблюдение и оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач,	- обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач.	

оценивать их эффективность и качество.		
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- адекватность принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- отбор и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- оформление результатов самостоятельной работы с использованием ИКТ; - работа с АРМами, Интернет.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения и практики; - умение работать в группе; - наличие лидерских качеств; - участие в студенческом самоуправлении; - участие спортивных и культурно-массовых мероприятиях.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за работу подчиненных, за результат выполнения заданий; - самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; - самостоятельный, профессионально-ориентированный выбор тематики творческих и проектных работ (курсовых, рефератов, докладов и т.п.); - составление резюме; - посещение дополнительных занятий; - освоение дополнительных рабочих профессий; - обучение на курсах дополнительной профессиональной подготовки; - уровень профессиональной зрелости;	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены	- анализ инноваций в области разработки технологических	

технологий в профессиональной деятельности.	процессов; - использование «элементов реальности» в работах обучающихся (курсовых, рефератов, докладов и т.п.).	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к становлению и развитию предпринимательства в области рекламной деятельности; - демонстрация навыков владения основами экономической и предпринимательской деятельности;	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	- владение и использование информационно-коммуникативной и экологической культуры в профессиональной деятельности; - демонстрация базовых умений и способностей общения на иностранном языке	

Государственная итоговая аттестация представляет собой процесс оценивания уровня образования и квалификации выпускников независимо от форм получения образования на основе требований федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) с учетом региональных требований.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы (дипломная работа). Обязательное требование – соответствие тематики выпускной квалификационной работы содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы определяются образовательным учреждением на основании порядка проведения государственной итоговой аттестации выпускников по программам СПО, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, определенного в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Выпускная квалификационная работа (ВКР) преследует цели сопоставления достигнутого выпускником уровня фундаментальной, общепрофессиональной и специальной подготовки с требованиями профессиональной образовательной программы по данной специальности.

Качество профессиональной и специальной подготовки дипломированного специалиста объективно определяется на основе полученных им результатов, охватывающих своим содержанием основные этапы научно-технического процесса.

Необходимым условием допуска к ГИА (подготовке и защите ВКР) является представление документов, подтверждающих освоение обучающимися общих и профессиональных компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности.

Темы ВКР определяются преподавателями техникума и должны отвечать современным требованиям развития высокотехнологичных отраслей науки, техники, производства, экономики, культуры и образования, иметь практико-ориентированный характер. Перечень тем обсуждается на заседаниях цикловых методических комиссий техникума с участием председателей ГЭК, согласовывается с представителями

работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников в рамках профессиональных модулей.

Обучающемуся предоставляется право выбора темы ВКР, в том числе предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. При этом тематика ВКР должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу СПО.

Выбор темы ВКР обучающимся осуществляется до начала производственной практики (преддипломной), что обусловлено необходимостью сбора практического материала в период ее прохождения

Закрепление тем выпускных квалификационных работ за обучающимися с указанием руководителей оформляется приказом директора техникума. По выбранной теме исследования руководитель выпускной квалификационной работы разрабатывает совместно со студентом индивидуальный план подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы.

ВКР должна иметь актуальность, новизну и практическую значимость и выполняться, по возможности, по предложениям (заказам) предприятий, организаций, образовательных организаций.

Выполненная выпускная квалификационная работа в целом должна:

- соответствовать разработанному заданию;
- включать анализ источников по теме с обобщениями и выводами, сопоставлениями и оценкой различных точек зрения;
- продемонстрировать требуемый уровень общенаучной и специальной подготовки выпускника, его способность и умение применять на практике освоенные знания,
- практические умения, общие и профессиональные компетенции в соответствии с ФГОС СПО.

ВКР выполняется выпускником с использованием собранных им лично материалов, в том числе в период прохождения преддипломной практики, а также работы над выполнением курсовой работы (проекта).

При определении темы ВКР следует учитывать, что ее содержание может основываться:

- на обобщении результатов выполненной ранее обучающимся курсовой работы (проекта), если она выполнялась в рамках соответствующего профессионального модуля;
- на использовании результатов выполненных ранее практических заданий.

Согласно ФГОС в учебном плане на подготовку и защиту ВКР по специальности отводится шесть недель, из них на подготовку ВКР — четыре недели и на защиту ВКР — две недели.

ВКР содержит следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- реферат;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть (разделы и подразделы);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Каждый структурный элемент ВКР (кроме подразделов) начинается с нового листа.

Титульный лист - это первая страницы работы, на которой в определенном порядке размещаются сведения о названии работы, об авторе, руководителе.

Реферат по содержанию представляет собой аннотацию к ВКР и содержит основные характеристики: тема, ключевые слова, объект, предмет, цель, методы исследования, практическую значимость, структуру работы.

Оглавление (содержание) должно давать полное представление о структуре работы: включать введение, наименование всех разделов, подразделов (пунктов), заключение, список использованных источников и наименование приложений.

Во введении (объемом 2-3 с.) обосновывается тема исследования, ее актуальность, формулируется цель, задачи, определяется объект исследования, предмет, методы сбора и обработки материалов (при необходимости - проведение эксперимента), практическая значимость проведенного исследования, структура работы. Возможно изложение положений защиты.

В основной части ВКР (2-3 главы) излагаются теоретические положения и подходы к изучению проблемы, степень ее изученности, раскрывается содержание поставленных автором задач и пути их решения, приводятся результаты самостоятельного изыскания и эксперимента дается критический анализ литературы по теме.

В конце каждой главы даются выводы, рекомендации, предложения по качественно-количественному улучшению исследуемого вопроса и проблемы в целом, отмечается личный вклад автора в проведенное исследование.

Первая глава при этом носит теоретический характер и выполняется на основе анализа теоретических источников, обобщения опыта работы практиков.

Вторая глава посвящается анализу практического материала, полученного во время производственной практики (преддипломной). В этой главе содержится:

- анализ конкретного материала по избранной теме;
- описание выявленных проблем и тенденций развития объекта и предмета изучения на основе анализа конкретного материала по избранной теме;
- описание способов решения выявленных проблем.

Завершающей частью ВКР является заключение, которое содержит выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрывает значимость полученных результатов. Заключение не должно составлять более пяти страниц текста.

Заключение лежит в основе доклада студента на защите.

Список использованных в работе источников оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа 7.32-2001. Все данные в списке приводятся в строгой последовательности, с необходимыми элементами библиографического описания. Нумерация источников дается в алфавитном порядке.

Список использованных источников отражает перечень источников, которые использовались при написании ВКР (не менее 20), составленный в следующем порядке:

- Федеральные законы (в очередности от последнего года принятия к предыдущим);
- указы Президента Российской Федерации (в той же последовательности);
- постановления Правительства Российской Федерации (в той же очередности);
- иные нормативные правовые акты;
- иные официальные материалы (резолуции-рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
- монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке);
- иностранная литература;
- интернет-ресурсы.

После списка использованных источников в ВКР размещают приложения. В приложении даются анкеты, тесты, рисунки, схемы, графики, диаграммы, таблицы, фотографии, копии документов, разработки занятий, описание эксперимента и пр. В приложении можно дать акты о внедрении результатов исследования автора, список авторских опубликованных работ по теме ВКР (если имеется).

В тексте выполненной работы на все приложения должны быть даны ссылки.

В случае большого числа приложений оформляется титульный лист «Приложения» с их нумерацией и названием. Возможно оформление приложений в отдельном томе.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 30-50 страниц печатного текста без приложений.

ВКР подлежат обязательному рецензированию.

Внешнее рецензирование ВКР проводится с целью обеспечения объективности оценки труда выпускника. Выполненные квалификационные работы рецензируются специалистами по тематике ВКР из государственных органов власти, сферы труда и образования, научно-исследовательских институтов и других.

К защите ВКР допускаются лица, завершившие полный курс обучения по ОПОП и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Защита производится на открытом заседании ГЭК. Во время защиты обучающийся использует подготовленную презентацию, наглядный и раздаточный материал, иллюстрирующий основные положения ВКР.

Решение ГЭК оформляется протоколом. В протоколе записываются: итоговая оценка ВКР, присуждение квалификации и особые мнения членов комиссии.

На защиту ВКР отводится до одного академического часа на одного обучающегося.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протокола заседания ГЭК.

Программа государственной итоговой аттестации и тематика выпускных квалификационных работ (в приложении)

6. АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ, ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ОГСЭ.01 Основы философии

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

– роль философии в жизни человека и общества;

– основы философского учения о бытии;

– сущность процесса познания;

– основы научной, философской и религиозной картин мира;

– об условиях формирования личности, свободе и ответственности за сохранение жизни, культуры, окружающей среды;

– о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 58 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –48 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 10 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ОГСЭ.02 История

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 58 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 48 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 10 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ОГСЭ.03 Иностранный язык

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

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

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

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

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 200 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 172 часа;
самостоятельной работы обучающегося - 28 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ОГСЭ.4 Физическая культура

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 344 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 172 часа;

самостоятельной работы обучающегося - 172 часа.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ЕН.01 Математика

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

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

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

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

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:
максимальной учебной нагрузки обучающегося - 60 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 40 часов;
самостоятельной работы обучающегося - 20 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ЕН. 02 Экологические основы природопользования**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- правовые вопросы экологической безопасности;

Количество часов на освоение программы дисциплины:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 48 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 32 часа;
самостоятельной работы обучающегося – 16 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ЕН. 03 Информатика**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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

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

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

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

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 102 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 68 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 34 часа.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ОП.01. Рисунок с основами перспективы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

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

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

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

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

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

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 450 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 300 часов; самостоятельной работы обучающегося – 150 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ОП.02. Живопись с основами цветоведения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

(ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

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

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

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

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

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

- основные положения теории цветоведения;
- способы создания цветовой композиции;
- особенности работы с разными живописными техниками;
- способы создания цветом 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.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –210 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 140 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 70 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ОП.03. История изобразительного искусства**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

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.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –90 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 60 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 30 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ОП.04. Экономика организации**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

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

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

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

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

**АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ
учебной дисциплины ОП.05. Безопасность жизнедеятельности**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

(ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;
- предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;
- использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;
- применять первичные средства пожаротушения;
- ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;

- применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;
- владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;
- оказывать первую помощь пострадавшим.

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

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ
профессионального модуля ПМ.01. Разработка и создание дизайна
рекламной продукции

Процесс изучения направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен уметь**:

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен знать**:

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

Всего – 756 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 468 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 310 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 158 часов.

учебная практика – 144 часа;

практика по профилю специальности – 144 часов.

Содержание разделов ПМ:

МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

профессионального модуля ПМ.02. Производство рекламной продукции

Процесс изучения направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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

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

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

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

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен уметь**:

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен знать**:

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

– аппаратное и программное обеспечение.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

Всего – 792 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 468 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 310 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 158 часов.

учебная практика – 252 часа;

практика по профилю специальности – 72 часа.

Содержание разделов ПМ:

МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

профессионального модуля ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Процесс изучения направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

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

– выявления требований целевых групп потребителей;

– разработки средств продвижения рекламного продукта;

– разработки маркетинговой части бизнес-плана.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен уметь**:

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен знать**:

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

Всего – 406 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 262 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 172 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 90 часов.

практика по профилю специальности – 144 часа.

Содержание разделов ПМ:

МДК.03.01. Маркетинг в рекламе

МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

профессионального модуля ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Процесс изучения направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен уметь**:

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен знать**:

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

Количество часов на освоение программы дисциплины:

Всего – 188 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 152 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 108 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 44 часа;

учебная практика – 36 часов.

Содержание разделов ПМ:

МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ профессионального модуля ПМ.05. Выполнение работ по профессии рекламного агента

Процесс изучения направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиками

ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

ПК 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта

ПК 5.8. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.9. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.10. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 5.11. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 5.12. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 5.13. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся 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 связей с СМИ;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации, для получения и несложной обработки графической информации;
- создания и оформления простых текстов рекламных объявлений.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен 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;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- отцифровывать текстовую и графическую информацию.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся **должен знать**:

- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления текстов рекламных объявлений;
- основные средства компьютерной обработки информации;
- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- социально-психологические основы рекламы;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- основы цифровой фотографии;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- применяемые средства рекламы.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

Всего – 144 часов, в том числе:

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

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 72 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 36 часов.

учебная практика – 36 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ВЧ.01. Основы рекламы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы.

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

- историю развития рекламы в России и за рубежом. Этапы развития рекламы;
- основные виды производства рекламного продукта
- специфические черты, недостатки и достоинства рекламных средств для выбора оптимального;
- правила создания рекламных средств.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 102 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 68 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 34 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ВЧ.02. Режиссура и сценарное мастерство

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- выделять ключевые понятия в технологии написания сценария;
- составлять план и писать сценарии для производства рекламной продукции;
- практически применять усвоенные навыки и знания в области режиссуры и сценарного мастерства.

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

- понятие сценария и его авторского видения и толкования;
- ключевые понятия в технологии написания сценария;
- понятие режиссерского замысла, творческого осмысления его идеи и темы;
- систему К.С. Станиславского, ее понятие и элементы;
- основы рекламной режиссуры и выразительные средства режиссера;
- сущность и порядок использования жанров рекламных роликов;
- основные этапы создания рекламных роликов.

Количество часов на освоение программы дисциплины:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 84 часа, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 56 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 28 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ВЧ.03. Обработка векторной графики

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- выполнять работу в пределах поставленной задачи;
- использовать теоретические положения векторной графики в профессиональной практике;
- работать в программе на уровне уверенного пользователя;

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

- основные положения теории векторной графики;
- методы использования инструментов;
- возможности различных эффектов;
- создание векторных и растровых изображений;
- различные приёмы придания цвета изображениям.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ
учебной дисциплины ВЧ.04. Дизайн интерьера

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- собирать информацию;
- исследовать исходные данные по проектированию конкретного интерьера;
- разрабатывать эскизы проекта;
- выполнять разработку проектной документации (альбома чертежей, пояснительной записки, демонстрационных материалов).

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

- краткую историю развития мирового дизайна;
- общие принципы подхода к проектным заданиям;
- перечень необходимых материалов для выполнения проекта;
- композиционные основы проектирования интерьеров;
- понятие фронтальная, объёмная и объёмно-пространственная композиция в интерьере;
- понятие стиля;
- требования к проектированию и нормы проектирования;
- особенности выполнения чертежей планов, разрезов, развёрток помещений;
- состав пояснительной записки;
- требования к демонстрационным материалам.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 96 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 64 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 32 часа.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ВЧ.05. Создание Интернет-сайтов и WEB-страниц

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- самостоятельно разрабатывать дизайн web- узла;
- выполнять дизайн главной страницы сайта средствами языка HTML;
- выполнять шрифтовой и текстовой дизайн интернет страниц с помощью физических и логических стилей а также стилей CSS;
- создавать и оформлять навигационное меню на интернет страницах;
- создавать и сохранять графические изображения на интернет страницы;
- размещать таблицы и спецэффектов на страницах сайта;
- применять каскадные таблицы стилей CSS для дизайна web – страниц.

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

- краткую www;
- основные компоненты webтехнологий;
- классификацию интернет страниц;
- рекомендации по разработке дизайна интернет страниц;
- требования к оформлению текста на страницах сайта;
- основы языка разметки HTML для оформления интернет страниц;
- каскадные таблицы стилей CSS для дизайна элементов интернет страниц.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –78 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 52 часа;
самостоятельной работы обучающегося – 26 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ВЧ.06. Основы бухгалтерского учета**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- применять нормативное регулирование бухгалтерского учета;
- ориентироваться на международные стандарты финансовой отчетности;
- соблюдать требования к бухгалтерскому учету;
- следовать методам и принципам бухгалтерского учета;
- использовать формы и счета бухгалтерского учета.

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

- нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;
- национальную систему нормативного регулирования;
- международные стандарты финансовой отчетности;
- понятие бухгалтерского учета;
- сущность и значение бухгалтерского учета;
- историю бухгалтерского учета;
- основные требования к ведению бухгалтерского учета;
- предмет, метод и принципы бухгалтерского учета;
- план счетов бухгалтерского учета;
- формы бухгалтерского учета.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 51 час, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 34 часа;
самостоятельной работы обучающегося – 17 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ВЧ.07. Подготовка и проведение PR-акций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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. Владеть 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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- обобщать, анализировать, воспринимать информацию;
- поставить цель и определить пути ее достижения;
- применять базовые навыки медиапланирования;
- применять навыки по организации и планированию специалиста отделов рекламы и связей с общественностью деятельности и деятельности фирмы;
- массовой информации планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;
- разрабатывать и проводить рекламные и PR-акции в соответствии с особенностями рекламной деятельности в регионе;
- сформировать и поддерживать корпоративную культуру.

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

- принципы обобщения, схемы анализов, методы обработки информации,
- как правильно поставить и сформулировать цель, выбрать пути ее достижения;
- теоретические и практические аспекты медиапланирования;
- основы организации и оперативного планирования деятельности специалиста отделов рекламы и связей с общественностью, деятельности фирмы;
- основы формирования и поддержания корпоративной культуры;
- правила и законы составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ВЧ.08. Риторика

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

(ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- дифференцировать способы речевого воздействия;
- избегать коммуникативных неудач, соблюдать коммуникативное равновесие;
- при подготовке публичного выступления учитывать все факторы вербального и невербального воздействия;
- определять вид публичного выступления;
- работать над речевой формой выступления;
- преодолевать трудности публичного выступления;
- удерживать внимание аудитории, соблюдать регламент;

- владеть правилами эффективной аргументации;
- готовить публичные выступления разных жанров.

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

- основные способы речевого воздействия;
- факторы, правила и приемы речевого воздействия;
- способы усиления собственной коммуникативной позиции, укрупнения, ослабления коммуникативной позиции собеседника;
- способы вербального и невербального речевого воздействия;
- виды публичных выступлений, основные требования к публичному выступлению;
- публичные выступления разных жанров;
- основные аспекты культуры речи;
- требования, предъявляемые к устным текстам, ориентированным на различные аудитории слушателей.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ
учебной дисциплины ВЧ.09. Русский язык и культура речи

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- свободно владеть русским литературным языком;
- вести гармоничный диалог;
- добиваться успеха в процессе коммуникации;
- строить тексты разной функциональной принадлежности;
- владеть лексическими, орфоэпическими, грамматическими, орфографическими и пунктуационными нормами современного языка.

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

- понятие языковой нормы и процесс её исторического развития;
- основные черты современной произносительной нормы;
- нормы ударения в современном русском языке;
- лексические нормы;
- трудные случаи употребления различных частей речи;
- синтаксические нормы современного русского языка;
- стилистические нормы;
- функциональные стили современного русского языка;
- невербальные средства коммуникации.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 63 часа, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 42 часа;
самостоятельной работы обучающегося – 21 час.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ВЧ.10. Краеведение**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- самостоятельно работать над определённой краеведческой темой;
- самостоятельно проводить поиск и анализ информации на краеведческую тему;
- передавать полученные знания аудитории во время проведения экскурсии;
- заботиться о сохранении и приумножении национального культурного наследия;
- творчески использовать теоретический материал;
- работать в коллективе, соблюдать культуру отношений в процессе совместного труда;
- рационально использовать приёмы получения новых знаний.

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

- основные этапы истории и развития Костромского края;
- архитектурные и культурные памятники, прославляющие край;
- закономерности развития хозяйства края в различные исторические эпохи;
- выдающихся людей, прославивших и прославляющих своими делами Костромской край;
- значимость местной национальной культуры для общероссийской культуры;
- основные тенденции и направления современного развития края;
- природу, население, культуру, историю своей малой родины: улицы, деревни, села и т.д.

Количество часов на освоение программы дисциплины:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 48 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 32 часа;
самостоятельной работы обучающегося – 16 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ учебной дисциплины ВЧ.11. Бизнес-планирование

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- анализировать, прогнозировать и планировать предпринимательскую деятельность;
- представлять основные идеи бизнес – плана;
- давать характеристику предприятию, отрасли, продукции;
- создавать малые и средние предприятия на основе бизнес – планирования;
- планировать деятельность предприятия;
- создавать структуру управления;
- определять себестоимость производимого продукта;
- составлять финансовый план;
- производить расчёты основных показателей;
- знать менеджмент и маркетинг в рамках Российской федерации о предпринимательской деятельности.

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

- основные положения и понятия бизнес – плана;
- как привлечь внимание инвестора или кредитора;
- первичные сведения о предполагаемом предприятии;
- обстановку на рынке;
- сущность, значение и задачи маркетинговой деятельности;
- возможные риски и их виды;
- финансовые расчёты; основные формулы экономических показателей;
- экономику производства;
- основные этапы предпринимательской деятельности;
- основы создания новых малых и средних предприятий.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ВЧ.12. Эффективное поведение на рынке труда

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- формировать представление о рынке труда;
- формировать стратегию профессиональной успешности;
- осваивать навыки поиска работы;
- ориентироваться в определениях;
- составлять план деловой беседы;
- создавать хорошее впечатление о себе;
- организовывать деловые телефонные разговоры;
- предотвращать конфликтные ситуации.

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

- основные этапы поиска работы;
- где и как собирать информацию о вакансиях;
- навыки самопрезентации;
- правила составления резюме;
- особенности собеседования с работодателем при встрече и по телефону.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ВЧ.13. Документационное обеспечение управления

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- оформлять документацию в соответствии с нормативной базой, в т.ч. с использованием информационных технологий;
- осваивать технологии автоматизированной обработки документации;
- использовать унифицированные формы документов;
- осуществлять хранение и поиск документов;
- использовать телекоммуникационные технологии в электронном документообороте.

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

- понятие, цели, задачи и принципы делопроизводства;
- основные понятия документационного обеспечения управления;
- системы документационного обеспечения управления;
- классификацию документов;
- требования к составлению и оформлению документов;
- организацию документооборота: приём, обработку, регистрацию, контроль, хранение документов, номенклатуру дел.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

**АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ
учебной дисциплины ВЧ.14. Логика**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- 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-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;
- логически грамотно выражать и аргументировать свою точку зрения;
- работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

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

- социальную значимость своей будущей профессии;
- понимать закономерности мышления;
- сущность логики и основных ее понятий.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 48 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 32 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 16 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ВЧ.15. Этика и психология делового общения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- ориентироваться в вопросах психологии;
- понимать закономерности развития и функционирования психики человека;
- работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
- применять знания по этике профессиональной деятельности.

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

- значимость своей будущей профессии;
- психические свойства личности, психологию общения, взаимодействия в группе;
- особенности процесса формирования личности, формы регуляции и саморегуляции поведения;
- психологию конфликта, пути преодоления конфликта в профессиональной деятельности.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

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

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ВЧ.16. Макетирование и верстка**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

(ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- использовать свои знания в профессиональной деятельности;
- организовывать собственную деятельность;
- выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач;
- оценивать их эффективность и качество;
- осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств;
- создавать макеты объекта с учетом выбранной технологии;
- использовать изученные прикладные программные средства.

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

- выразительные и художественно-изобразительные средства векторной графики;
- приемы и принципы обработки текста;
- методы проектирования в программе CorelDRAW.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 99 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 66 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 33 часа.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ВЧ.17. Инженерная графика**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- читать конструкторскую и технологическую документацию по профилю специальности;
- выполнять комплексные чертежи геометрических тел и проекции точек лежащих на их поверхности в ручной и машинной графике;
- выполнять графические изображения технологического оборудования и технологических схем в ручной и машинной графике;
- оформлять проектно-конструкторскую, технологическую и другую техническую документацию в соответствии с действующей нормативной базой.

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

- правила чтения конструкторской и технологической документации;
- способы графического представления объектов пространственных образов, технологического оборудования и схем;
- законы, методы и приемы проекционного черчения;
- требования государственных стандартов Единой системы конструкторской документации (ЕСКД) и Единой системы технологической документации (ЕСТД);
- правила выполнения чертежей, технических рисунков, эскизов и схем;
- технику и принципы нанесения размеров;
- классы точности и их обозначение на чертежах;
- типы и назначения спецификаций, правила их чтения и составления.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 99 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 66 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 33 часа.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ **учебной дисциплины ВЧ.18. Обработка растровой графики**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- создавать, загружать и сохранять графические изображения;
- печатать графические изображения;
- использовать текстовую информацию в графическом редакторе;
- редактировать детали изображения.
- выполнять основные манипуляции (редактирование, удаление, перемещение, копирование фрагментов изображения);
- управлять атрибутами изображения;
- эффективно использовать текстовые и графические редакторы при решении задач в сфере профессиональной деятельности;
- применять средства компьютерной графики в процессе дизайнерского проектирования.

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

- понятие «компьютерная графика»;
- принципы и основы обработки графической информации;
- классификацию компьютерной графики относительно различных признаков;
- возможности и основные приемы работы с графическими объектами;
- операции над графическими объектами в растровой графике;
- систему команд наиболее характерных для работы в среде графических редакторов.
- типы графических изображений;
- форматы графических файлов;
- возможности современных графических редакторов;
- основы работы с графическим редактором;
- технологию работы с графическим форматикой;

- технику создания различных изображений (документов, таблиц, рисунков);
- технику создания различных графических изображений с помощью специальных программных средств.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 93 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 62 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 31 час.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ВЧ.19. Основы социологии и политологии

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- ориентироваться в социально-политических проблемах;
- понимать закономерности развития и функционирования общества и личности;
- работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

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

- социальную значимость своей будущей профессии;
- социальную структуру, социальное расслоение, социальное взаимодействие, основные социальные институты общества;
- особенности процесса социализации личности, формы регуляции и саморегуляции социального поведения;
- социальные движения и другие факторы социального изменения и развития;
- сущность власти, субъекты политики, политические отношения и процессы (в России и в мире в целом);
- политические системы и политические режимы, человеческое измерение политики.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 48 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 32 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 16 часов.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ

учебной дисциплины ВЧ.20. Финансы, денежное обращение и кредит

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (ОК и ПК):

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.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

- оперировать кредитно-финансовыми понятиями и категориями, ориентироваться в схемах построения и взаимодействия различных сегментов финансового рынка;
- проводить анализ показателей, связанных с денежным обращением;
- проводить анализ структуры государственного бюджета, источников финансирования дефицита бюджета;
- составлять сравнительную характеристику различных ценных бумаг по степени доходности и риска.

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

- сущность, виды и функции денег;
- основы денежного обращения;
- сущность финансов, их функции и роль в экономике;
- структуру финансовой системы;
- принципы функционирования бюджетной системы и основы бюджетного устройства;
- цели, типы и инструменты денежно-кредитной политики;
- структуру кредитной и банковской системы;
- характеристики кредитов и кредитной системы в условиях рыночной экономики;
- сущность, формы и виды страхования;
- функции банков и классификацию банковских операций;
- виды и классификации ценных бумаг;
- особенности функционирования первичного и вторичного рынков ценных бумаг;
- особенности валютного регулирования и валютного контроля.

Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 99 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 66 часов; самостоятельной работы обучающегося – 33 часа.

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ производственной (преддипломной) практики

1. Область применения программы:

Преддипломная практика является неотъемлемой частью образовательного процесса и завершающим этапом подготовки специалиста в области рекламного производства, проводится после освоения обучающимся программы теоретического обучения и предназначена для сбора материалов к выпускной квалификационной работе.

Программа преддипломной практики является частью основной образовательной программы (ООП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- Производство рекламной продукции.
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- Выполнение работ по профессии рекламного агента.

Программа преддипломной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, в том числе в программах повышения квалификации и переподготовки специалиста по рекламе.

2. Сроки и продолжительность практики

Преддипломная практика обучающихся по специальности 42.02.01. Реклама проводится на последнем курсе, продолжительность практики составляет 144 часов (4 недели, 24 рабочих дня).

3. Цель практики

Основными целями преддипломной практики являются:

- сбор материала, необходимого для выполнения выпускной квалификационной работы по выбранной теме и плану, согласованными с руководителем ВКР;
- углубление и закрепление теоретических знаний в соответствии с обозначенными ФГОС общими и профессиональными компетенциями;
- овладение студентами навыками профессиональной деятельности специалиста в области создания рекламного продукта, развитие профессионального мышления.

4. Задачи практики:

Задачами производственной практики являются:

- приобретение более глубоких профессиональных навыков, необходимых при решении конкретных профессиональных задач в определенном виде деятельности, установленном Федеральным государственным образовательным стандартом;
- последовательное расширение круга формируемых у обучающихся умений, навыков, практического опыта и их усложнение по мере перехода от одного этапа к другому;
- целостность подготовки специалистов к выполнению основных трудовых функций;
- связь практики с теоретическим обучением

5. Место прохождения практики

Закрепление баз практики осуществляется на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией и хозяйствующими субъектами.

Студенты при прохождении преддипломной практики в организациях обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой преддипломной практики;

- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать нормы охраны труда и правила пожарной безопасности

Реализация программы производственной практики предполагает наличие мастерских для компьютерного дизайна и коммуникационных технологий, а так же средств разработки и проектирования рекламной продукции.

В период практики студенты работают в соответствии с примерным тематическим планом работы:

- знакомятся со структурой и организацией работы учреждения в целом,
- изучают охрану труда и технику безопасности, требования к работе специалистов отдела рекламы и ознакомление с их должностными инструкциями,
- выполняют индивидуальные задания и творческие проекты,
- осуществляют сбор практического материала по выбранной теме выпускной квалификационной работы в области организации и проведения работ по разработке и производству рекламного продукта;
- обрабатывают собранные материалы и документы,
- формируют первый вариант ВКР,
- оформляют документацию по практике.