

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 21.11.2023 11:38:45
Уникальный программный ключ:
5e608be07b9761c0a5e2f0e4ccddb2e4db1e605

Аннотации к рабочим программам учебных дисциплин (модулей)

ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама

(на базе среднего общего образования

Квалификация – специалист по рекламе)

ДИСЦИПЛИНЫ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ЦИКЛА

СГ.01 ИСТОРИЯ РОССИЯ

Цель дисциплины: сформировать основные понятия философии, определить роль философии в жизни человека и общества, изучить важнейшие школы и учения выдающихся философов, основы научной, философской и религиозной картин мира.

Место дисциплины в структуре ППССЗ: дисциплина входит в социально-гуманитарный цикл профессиональной подготовки и изучается в 1 семестре очной формы обучения.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

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

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

ОК 6. Проявлять гражданско- патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

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

Количество часов на освоение программы дисциплины: 64 час.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет, 1 семестр.

СГ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины: обучение практическому владению разговорно- бытовой речью и деловым языком специальности для активного применения как в

повседневной, так и в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ППСЗ: дисциплина входит в социально-гуманитарный цикл профессиональной подготовки и изучается в 1-4 семестрах очной формы обучения.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

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

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

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Содержание дисциплины: Современный мир специальностей. Проблемы выбора будущей профессии. Специалист по технологии машиностроения. Мой выбор этой профессии. Обоснование выбора. Составление монологов. Иностранный язык как средство международного общения в современном мире, Дискуссия на тему: “Английский язык в профессиональном общении”. Диалог этикетного характера: построение диалога, применение в ситуациях официального и неофициального общения. Диалог-расспрос: построение диалога, применение в ситуациях официального и неофициального общения. Причастие I. Его функции и способы перевода. Причастие II. Его функции и способы перевода, Станки. Основные виды и функции. Токарный станок. Фрезерный станок. Шлифовальный станок. Стругальный станок. Станки с ЧПУ. Станки с ЧПУ. Применение роботов в производстве. Абразивные инструменты. Контрольно-измерительный инструмент, Чертежи: формат, линии, размеры, масштаб. Инструменты и материалы для черчения. Геометрические построения. Технологические карты и их применение при изготовлении и сборке слесарного изделия. ГОСТ, СНИП, ЕСКД, ТУ, ТО и другие нормативные документы, необходимые при изготовлении и сборке слесарных изделий. Организация рабочего места слесаря, основные требования безопасности труда, требования к спецодежде, индивидуальным средствам защиты. Технология слесарной обработки деталей. Описание основных операций при изготовлении слесарных изделий. Описание основных операций при изготовлении слесарных изделий. Механическая обработка металлов на металлорежущих станках. Металлы и сплавы. Металлы и неметаллы. Механические свойства материалов. Страдательный залог. Страдательный залог времен группы Simple. Страдательный залог времен группы Continuous. Страдательный залог времен группы Perfect
Количество часов на освоение программы дисциплины: 102 часа.

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 1,2,3 семестры, дифференцированный зачет, 4 семестр.

СГ.03 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины: освоение обучающимися содержания учебной дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности» и достижение результатов ее изучения в соответствии с требованиями ФГОС среднего общего образования.

Содержание программы направлено на решение следующих задач:

- сформировать навыки здорового, безопасного образа жизни, понимание обучающимися рисков и угроз современного мира;
- развить навыки оказания первой помощи пострадавшим;
- обеспечить знание правил и овладение навыками поведения в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, социального и техногенного характера;
- совершенствовать умение сохранять эмоциональную устойчивость в опасных и чрезвычайных ситуациях;
- сформировать умение действовать индивидуально и в группе в опасных и чрезвычайных ситуациях.

Место дисциплины в структуре ППССЗ: дисциплина входит в социально-гуманитарный цикл профессиональной подготовки и изучается в 1-2 семестрах очной формы обучения.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

ОК01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

Содержание дисциплины: Цели и задачи изучения дисциплины. Общая классификация чрезвычайных ситуаций. Чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера.

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

Чрезвычайные ситуации социального происхождения. Терроризм и меры по его предупреждению. Основы пожаробезопасности и электробезопасности.

Современное оружие (ядерное, химическое, биологическое) и его поражающие факторы. Действия населения в зонах радиоактивного, химического поражения и в очаге биологического поражения. Средства

индивидуальной защиты. Средства коллективной защиты населения. Устойчивость работы объектов экономики в чрезвычайных ситуациях, в том числе медицинской организации. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций. Государственные службы по охране здоровья и безопасности граждан. Понятие и основные задачи гражданской обороны. Организационная структура гражданской обороны. Основные мероприятия, проводимые гражданской обороной. Действия населения по сигналам гражданской обороны. Защита персонала и пациентов медицинской организации в условиях чрезвычайной ситуации. Организация экстренной эвакуации персонала и пациентов медицинской организации. История создания Вооруженных Сил России. Нормативно-правовая база обеспечения военной безопасности Российской Федерации, функционирования ее Вооруженных Сил и военной службы граждан. Организация обороны Российской Федерации. Назначение и задачи Вооруженных Сил Российской Федерации. Состав Вооруженных Сил. Руководство и управление Вооруженными Силами. Понятие и сущность воинской обязанности. Воинский учет граждан. Призыв граждан на военную службу. Медицинское освидетельствование и обследование граждан при постановке их на воинский учет и при призыве на военную службу. Обязательная и добровольная подготовка граждан к военной службе. Медицинское обеспечение военнослужащих в мирное время. Организация амбулаторного приема в воинской части. Медицинское обеспечение военнослужащих в военное время. Санитарные потери военнослужащих, их структура. Методика прогнозирования санитарных потерь в ходе боевых действий. Организация лечебно-эвакуационного обеспечения Вооруженных Сил при проведении боевых действий.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 102 часа

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 1 семестр, дифференцированный зачет, 2 семестр.

СГ.04 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

Цель дисциплины: развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;

Место дисциплины в структуре ППСЗ: дисциплина входит в социально-гуманитарный цикл профессиональной подготовки и изучается в 1-4 семестрах очной формы обучения.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

ОК1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности

применительно

к различным контекстам

ОК3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

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

Содержание дисциплины: Физическая культура личности человека, физическое развитие, физическая подготовка и подготовленность. Сущность и ценности физической культуры. Влияние занятий физическими упражнениями на достижение человеком жизненного успеха. Социально-биологические основы физической культуры и спорта (характеристика изменений, происходящих в организме человека под воздействием выполнения физических упражнений, в процессе регулярных занятий). Роль и место физической культуры и спорта в формировании здорового образа жизни. Техника бега на короткие, средние и длинные дистанции. Техника бега по прямой и виражу, на стадионе и пересеченной местности. Эстафетный бег. Техника спортивной ходьбы. Прыжки в длину. Упражнения для развития основных мышечных групп. Развитие гибкости в процессе занятий атлетической гимнастикой на основе включения специальных упражнений и их сочетаний. Перемещения по площадке. Ведение мяча. Передачи мяча различными способами. Ловля мяча. Броски мяча по кольцу с места и в движении. Индивидуальные действия игрока без мяча и с мячом. Командные действия игроков.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 124 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет, 1-3 семестры, дифференцированный зачет, 4 семестр.

СГ.05 ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Цель дисциплины: овладение студентами особенностями финансовых отношений, в которые вступают физические лица с государством, кредитными организациями и представителями бизнес-сообщества. Задачи дисциплины: – расширение представления студентов о личных финансах, – изучение основ финансовой безопасности; – освоение методов финансового планирования; – знакомство со способами защиты от финансовых мошенников и рыночных манипуляций.

Место дисциплины в структуре ППСЗ: дисциплина входит в социально-гуманитарный цикл профессиональной подготовки и изучается в

2-3 семестрах очной формы обучения.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

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

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

Содержание дисциплины: банк и банковские депозиты; кредиты; расчетно-кассовые операции; фондовый рынок и его инструменты; налоги; страховой рынок России; создание собственного бизнеса; обеспечение старости; финансовые пирамиды и защита от мошенничества; домашняя бухгалтерия.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 69 часов.

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 2 семестр, дифференцированный зачёт, 3 семестр.

СГ.06 ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Цель дисциплины: формирование у обучающихся способностей организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество, осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

Место дисциплины в структуре ППСЗ: дисциплина входит в социально-гуманитарный цикл профессиональной подготовки и изучается в 2-3 семестрах очной формы обучения

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

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

Содержание дисциплины: Понятия «производство», «разделение труда», «традиционное и бережливое производство». Бережливое и массовое производство. Особенности бережливого производства. Идеи разделения

труда (Ф. Тейлор) и конвейерной сборки (Г. Форд). Производственная система ГАЗ. Успехи предприятий при внедрении бережливых систем.

История Toyota production system (Япония) – lean production (США) – бережливое производство (Россия). Тайити Оно – «отец» бережливого производства. Дао Toyota. Особенности менталитета западных и восточных стран. Основные понятия бережливого производства: андон, джидока, «точно вовремя», кайдзен, выталкивающее и вытягивающее производство, мудра.

Идеалы бережливого производства. Потери. Классификация потерь. Виды потерь. Причины и способы борьбы. Принципы бережливого производства.

Взаимоотношение Заказчик - Поставщик. Люди - самый ценный актив компании. Кайдзен - непрерывное совершенствование. Решение вопросов на производственной площадке. Все внимание на «Гемба». Физическая и психологическая безопасность. Отсутствие дефектов. По первому требованию заказчика. Одно за другим. Мгновенная реакция поставщика. Минимальные затраты. Потери первого, второго и третьего рода. Потери, неравномерность, перегрузка и взаимосвязь между ними. Причины образования потерь. Природа потерь. Охота на потери. Мероприятия по искоренению потерь. Виды потерь. Количество часов на освоение дисциплины: 69 часов

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 2 семестр, дифференцированный зачёт, 3 семестр.

СГ. 07 ОСНОВЫ ФИЛОСОФИИ

Цель дисциплины: развитие у студентов интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к философским оценкам исторических событий и фактов действительности, усвоение идеи единства мирового историко-культурного процесса при одновременном признании многообразия его форм; способствование созданию у студентов целостного системного представления о мире и месте человека в нем, а также формированию и развитию философского мировоззрения и мироощущения.

Место дисциплины в структуре ППСЗ: дисциплина входит в социально-гуманитарный цикл профессиональной подготовки и изучается в 1 семестре очной формы обучения

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

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

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

ОК 6. Проявлять гражданско- патриотическую позицию, демонстрировать

осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

Содержание дисциплины: Философия, её смысл, функции и роль в обществе. Предмет и объект философии. Выдающиеся представители философской мысли и основные идеи появляющиеся в истории философии, смысл и значение эпох. Немецкая классическая философия XVIII – XIX. Формирование русской философской культуры: до XX в. Особенности развития русской философии и ее периодизация. Принятие христианства и влияние Византии. Учение о Москве - третьем Риме. Материализм М.В. Ломоносова. Славянофилы и Западники: спор о культурной идентичности и исторических перспективах России. От славянофильства к религиозно-этическому искательству. Философия всеединства В. Соловьёва. Основные понятия: религиозность, славянофилы, западники, соборность, всеединство, индивидуализм. Русская философия XX в. Насильственная эмиграция философов (1922 г.). Основные идеи и особенности русской религиозной философии. Христианско-экзистенциальное направление в философии Н.А. Бердяева. Русская философия языка А.Ф. Loseva. Русский космизм. Ноосфера. Основные понятия: свобода, интуитивность и праведность, философия имени, космизм, ноосфера. Философия XX века.

Иррационализм в философия жизни. Экзистенциализм, герменевтика, постмодернизм, философия психоанализа. Основные понятия: экзистенция, рационализм, иррационализм, герменевтика, герменевтический круг, волюнтаризм, сознание, Я, Сверх-Я

Количество часов на освоение дисциплины: 64 часа

Форма промежуточной аттестации: Дифференцированный зачёт, 1 семестр

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ УЧЕБНЫЙ ЦИКЛ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

Место дисциплины в структуре ППСЗ: учебная дисциплина входит в профессиональный учебный цикл как общепрофессиональная дисциплина.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

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

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 4.1 Разработка творческих рекламных для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании

Содержание дисциплины: Введение в предмет. Связь с другими науками.

Способы создания изображения для рекламного изделия, соотношение ручных и механизированных технологий в рекламных изделиях. Основные законы изображения предметов. Проверка первоначального уровня знаний предмета. «Рисунок», уровень владения карандашом. Графические изобразительные средства, различные способы работы с ними. Рисунок простых, плоских предметов. Построения элементарных фигур. Работа с графическим материалом (штрихи и линии). Построение рисунков с учетом законов перспективы предметов, окружающей среды, предмет-но-пространственных комплексов, фигуры человека, с учетом законов перспективы и светотени. Изображение предметов с учетом законов перспективы. Изображение предметов с помощью светотени. Изображение окружающей среды с помощью светотени.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 102 часа.

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 1, 2 семестр, дифференцированный зачет, 3 семестр.

ОП.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Место дисциплины в структуре ППСЗ: учебная дисциплина входит в профессиональный учебный цикл как общепрофессиональная дисциплина.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

ОК02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины: Понятие информации. Содержательная суть информации. Правовая информация и ее классификация. Информационные процессы. Знания, виды знаний. Способы создания, обработки и передачи знаний. Качественное и количественное. Основные понятия и определения информационных технологий. Классификация информационных технологий. Современные способы и средства хранения, передачи, обработки и преобразования информации в профессиональной деятельности медицинской сестры/брата. Структура и составные элементы информационных систем, принципы их организации и функционирования. Информационная система как система управления. Основные типы данных. Информационные системы: понятие, классификация. Автоматизированные системы поддержки принятия решения. Автоматизированные рабочие места, их определение, структура, функции и классификация. Требования к техническому и программному обеспечению автоматизированных рабочих мест (АРМ)

Количество часов на освоение дисциплины: 184 часа

Форма промежуточной аттестации: Контрольная работа, 1-3 семестры,
Дифференцированный зачёт, 4 семестр

ОП.03 ИСТОРИЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА

Изучение истории изобразительного искусства призвано сформировать у учащихся художественный способ познания мира, дать систему знаний и ценностных ориентиров на основе собственной художественно-творческой деятельности и опыта приобщения к выдающимся явлениям русской и зарубежной художественной культуры.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

ОК01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

ОК04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

И профессиональные компетенции (ПК):

ПК 4.1 Разработка творческих рекламных для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

Содержание дисциплины: Виды искусств и теория происхождения искусства.

Истоки искусства. Искусство древнего мира. Египет. Искусство древней

Греции. Древний Рим. Искусство средних веков. Искусство XVII века.

Искусство XVIII века. Искусство XIX века. Искусство XX века.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 75 часов.

Форма промежуточной аттестации: Контрольная работа, 1 семестр,
дифференцированный зачёт, 2 семестр.

ОП.04 РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель дисциплины: освоение знаний, приобретение умений и формирование компетенций в области организации рекламной деятельности для профессиональной деятельности бакалавров по направлению Торговое дело профиль Коммерция, что позволит правильно выбрать средства распространения рекламы и составить план рекламной деятельности, а также определить и проконтролировать эффективность его исполнения.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

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

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач

профессиональной деятельности

И профессиональные компетенции (ПК):

ПК 4.1 Разработка творческих рекламных для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании

Содержание дисциплины: Рекламное агентство и его роль в организации рекламной деятельности. Организация рекламной деятельности рекламодателем. Взаимодействие участников рекламной деятельности. Организация документооборота и его роль в рекламной деятельности. Копирайтинг рекламного текста.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 142 часа.

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 1, 2 семестр, дифференцированный зачёт, 3 семестр.

ОП.05 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

Цель дисциплины: приобретение компетентности в области научно-психологического описания и анализа рекламной деятельности, ее механизмов и эффективности.

Место дисциплины в структуре ППСЗ: учебная дисциплина относится к профессиональному учебному циклу, как общепрофессиональная дисциплина.

В результате изучения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие общие компетенции (ОК):

ОК01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК04. Эффективно взаимодействовать работать в коллективе и команде.

Содержание дисциплины: Социум– глобальная целевая аудитория. Психологические аспекты принятия решений в сфере рекламы. Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения. Психологические особенности воздействия средств массовой информации. Особенности функционирования рекламы в средствах массовой информации. Особенности восприятия дизайна в рекламе. Суггестивные технологии воздействия рекламы на потребителя. Маркетинговые технологии воздействия рекламы на потребителя исследования потребностно- мотивационной сферы человека. Психотехники, направленные на помощь в решении проблем Психоанализ рекламного обращения. Психоанализ рекламного текста. Шрифт в рекламе. Текст в рекламе- катализатор сбыта. Анализ психографики рекламного текста. Психоанализ и бессознательное в рекламе. Менеджмент рекламных идей. Креатив и креативность. Идея. Концепция проведения рекламной компании. Психологические особенности рекламной компании. Способы активизации творческих способностей. Феномен вдохновения в

творческом процессе.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 44 часа.

Форма промежуточной аттестации: Дифференцированный зачёт, 2 семестр.

ОП.06 РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Цель дисциплины: формирование современной языковой личности, владеющей теоретическими знаниями о структуре русского языка и особенностях его функционирования, обладающей устойчивыми навыками порождения высказывания в соответствии с коммуникативным, нормативным и этическим аспектами культуры речи, то есть способной к реализации в речевой деятельности своего личностного потенциала для решения профессиональных задач.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен освоить следующие общие компетенции:

ОК05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

Содержание дисциплины: Понятие культуры речи, её социальные аспекты, качества хорошей речи. Понятие о нормах русского литературного языка.

Виды норм. Основные типы словарей. Понятие культуры речи специалиста по рекламе. Орфоэпические нормы русского литературного языка:

произносительные и нормы ударения, орфоэпия грамматических норм.

Произношение гласных и согласных звуков; произношение заимствованных слов. Особенности произношения терминов специалиста по рекламе.

Слово, его лексическое значение. Лексические нормы. Основные типы словарей.

Использование тропов в речи специалиста по рекламе. Типы фразеологических единиц. Их использование в речи. Специфика языка агента рекламного.

Способы словообразования. Словообразовательные нормы.

Самостоятельные и служебные части речи. Морфологические нормы

Грамматические категории и способы их выражения в современном русском языке. Основные синтаксические единицы. Типы предложений.

Выразительные возможности русского синтаксиса. Позиционный принцип русской графики. Принципы русской орфографии. Русская орфография и пунктуация в аспекте речевой выразительности. Текст и его структура.

Функциональные стили литературного языка. Речевые средства убеждения

Количество часов на освоение программы дисциплины: 69 часов.

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 1 семестр, дифференцированный зачет, 2 семестр.

ОП.07 РЕГИОНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Цель дисциплины: формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний об основных этапах и содержании рекламной деятельности на региональном уровне.

Место дисциплины в структуре ППСЗ: учебная дисциплина относится к вариативной части профессионального учебного цикла, как общепрофессиональная дисциплина.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен освоить следующие общие компетенции:

ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

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

Содержание дисциплины: Характеристика рекламного рынка

Введение. Цели и задачи дисциплины. Понятие регионального рынка. Характеристика рекламного рынка страны. Модели развития региональных рекламных рынков в Российской Федерации. Основные модели развития региональных рекламных рынков в Российской Федерации. Структура регионального рекламного рынка. Параметры развития регионального рекламного рынка. Формирование и развитие структуры регионального рекламного рынка. Конъюнктурные параметры развития регионального рекламного рынка. Особенности рекламного рынка Производители и заказчики рекламных услуг. Проблемы, пути решения и повышения эффективности рекламных кампаний Производители и заказчики рекламных услуг. Рекламные агентства федеральные представительства и рекламные агентства регионального уровня. Методы взаимодействия, основные технологии, условия работы. Технологии производства

рекламного продукта на региональном уровне. Этапы рекламной кампании регионального уровня. Эффективность региональной рекламы и перспективы развития. Специфика: планирование, реализация, контроль за ходом кампании. Участники рынка: специфика взаимодействия федеральных и региональных представительств. Особенности планирования и организации социальных рекламных кампаний в регионе.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 50 часов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет, 2 семестр.

ОП.08 ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины: извлечение прибыли. При этом сам факт наличия или отсутствия прибыли для квалификации деятельности как предпринимательской значения не имеет, поскольку одним из последствий её рискованного характера могут стать финансовые потери предпринимателя. Поэтому даже приносящая убытки предпринимательская деятельность всё равно будет считаться таковой.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен освоить следующие общие компетенции:

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

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет

ПК 3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет

Содержание дисциплины: Сущность предпринимательства. Классификация предпринимательской деятельности. Место и роль предпринимательской деятельности в обществе. История российского дореволюционного предпринимательства. Предпринимательство в советский и постсоветский период. Перспективы развития предпринимательской деятельности в России XXI века. Характеристика предпринимательской среды. Внешняя и внутренняя предпринимательская среда. Оценка макроэкономических предпринимательской среды. Организационно-правовые формы бизнеса: общества, товарищества, кооперативы, хозяйственное партнерство. Процедура государственной регистрации предпринимательской деятельности. Предпринимательский договор, понятие, виды, этапы составления.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 50 часов.

Форма промежуточной аттестации: Дифференцированный зачёт 4 семестр.

ОП.09 ОСНОВЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

Цель дисциплины: изучение сущности бухгалтерского учета, его правовых и организационных основ, места в системе управления организацией; уяснение его базовых принципов, допущений и методов, их адаптации в практической деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен освоить следующие общие компетенции (ОК):

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

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

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

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать профессиональными компетенциями (далее – ПК), соответствующими основным видам деятельности:

ПК 4.2. Разработка творческих рекламных в целях тактического планирования рекламной коммуникационной

Содержание дисциплины: Предмет бухгалтерского учёта. Объекты бухгалтерского учёта в производственной сфере. Классификация средств предприятий по имущественному составу. Классификация источников формирования имущества Метод бухгалтерского учёта. Элементы метода бухгалтерского учёта: документирование, инвентаризация, денежная оценка, калькуляция, счета, двойная запись, балансовое обобщение, отчётность. Взаимосвязь предмета и метода бухгалтерского учёта. Бухгалтерский баланс, его содержание и строение. Общая характеристика актива и пассива баланса. Типы хозяйственных операций и их влияние на баланс. Понятие о счетах бухгалтерского учёта. Строение счетов. Счета активные и пассивные. Порядок записи операций на активных и пассивных счетах. Двойная запись, её сущность и контрольное значение. Корреспонденция счетов. Бухгалтерские проводки: простые и сложные. Счета синтетического и аналитического учёта. Оборотные ведомости по счетам. План счетов бухгалтерского учёта

финансово - хозяйственной деятельности организаций: принципы построения, разделы Плана счетов, счета и субсчета, балансовые и забалансовые счета. Понятие и содержание рабочего плана счетов организации. Классификация счетов по экономическому содержанию. Классификация счетов по назначению и структуре: основные, регулирующие, операционные системы.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 50 часов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет 4 семестр,

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МОДУЛИ

ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»

Место дисциплины в структуре ППСЗ: профессиональный модуль относится к профессиональному учебному циклу.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить следующие общие компетенции:

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

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

И профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов

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

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

Определять целевую аудиторию и целевые группы. Проводить анализ объема рынка. Проводить анализ конкурентов. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

уметь:

Выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы. Анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж; Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте. Анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж; Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж.

Знать:

Основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем
В профессиональном и/или социальном контексте.

МДК 01.01 Маркетинг в рекламе

Содержание междисциплинарного курса: Маркетинг. Цели, задачи, функции, принципы маркетинга. Идеологические основы маркетинга Роль маркетинга в рыночной экономике. Эволюция концепции маркетинга. Виды маркетинга. Роль маркетинга. Базисные стратегии развития предприятия. Роль маркетинга Базисные стратегии развития предприятия. Сегментация и позиционирование на рынке рекламы. Товар и услуга в маркетинге. Классификация товаров. Услуга- как объект товарной политики. Классификация услуг. Рекламная продукция и рекламная услуга. Товарные стратегии, факторы успеха. Составление продуктового плана организации. Маркетинговые решения о каналах распределения. Распределение: понятие, каналы, виды. Функции каналов распределения. Типы структур каналов распределения. Оптовая и розничная торговля. Этапы построения каналов распределения. План сбыта (повышение эффективности службы сбыта) в рекламной деятельности и план функционирования каналов распределения. Типовые варианты построения отделов продаж. Ценообразование в системе маркетинга. Факторы, влияющие

на цену. Принцип ценообразования в различных сегментах рекламного рынка. Этапы ценообразования. Методы ценообразования. Стратегии ценообразования. Практики движения цен в рекламной деятельности. Планирование маркетинговых коммуникаций Коммуникативный процесс. Инструменты коммуникаций в рекламной деятельности. Реклама. Классификации рекламных носителей. Преимущества и недостатки ВТЛ-технологии, виды и классификация. Прямой маркетинг. Личная продажа. Процесс создания долгосрочного покупательского предпочтения. PR- как средство массовых коммуникаций. Бренд- строительство в рекламной деятельности. Формирование доступности марки. ИМК в рекламных предприятиях. Особенности продвижения рекламного продукта. Понятие экономической и психологической эффективности рекламных мероприятий Формирование конкурентоспособной цены. Управление маркетингом: понятие и концепции. План маркетинга: место в стратегическом планировании, составление и реализация.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 110 час.

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 1 семестр, дифференцированный зачет, 2 семестр.

МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Содержание междисциплинарного курса: Маркетинг. Цели, задачи, функции, принципы маркетинга. Идеологические основы маркетинга Роль маркетинга в рыночной экономике.

Эволюция концепции маркетинга. Виды маркетинга.

Маркетинговый контроль и аудит.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 95 часов.

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа, 1 семестр, дифференцированный зачет, 2 семестр.

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

Место дисциплины в структуре ППСЗ: профессиональный модуль относится к профессиональному учебному циклу.

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

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

ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа

И интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

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

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: иметь практический опыт: Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

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

Уметь: находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации VTL-акций

Разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан

Способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком.

Знать: методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний

МДК 02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний

Содержание междисциплинарного курса: Коммуникационная кампания. Определение, сущностные характеристики, типология. Идея, потребительский инсайт. И функции рекламной кампании Структура коммуникационной кампании. Основные требования к проекту РК. Ситуационный анализ на реальном сегменте рынка. Выбор объектов и постановка задач рекламной кампании. Создание брифа. Выбор целевой аудитории. Целевая аудитория: разделение на группы. Роль затрат в вопросе выбора целевой аудитории. Профилирование целевой аудитории. Целевая аудитория и стратегия. Реализация процесса стратегического планирования. Выбор оптимального позиционирования. Поиск дифференциального преимущества. Эффективное позиционирование. Процесс стратегического планирования. Обзор маркетингового плана. Реализация пяти-шагового процесса стратегического планирования. Возможности интегрированных маркетинговых коммуникаций в рекламной кампании. Стратегическое планирование. Постановка целей и задач, общая концепция рекламной кампании. Творческий аспект стратегии. Разработка рекламного креатива. Единство и согласованность креативных решений. Тактики стимулирования сбыта.

Разработка целостной программы маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации Преимущество одновременного использования рекламы и промоушена. Проблемы при реализации ИМК–программы. Малобюджетная рекламная кампания: понятие и технологии. Формирование бюджета коммуникационной кампании. Определение, значение, виды коммуникационного аудита. Российская и международная практика. Проведения оценки коммуникативной среды базисного субъекта PR. Классификация источников информации, каналов коммуникации, видов сообщений о базисном субъекте, целевых аудиторий.

Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности

Количество часов на освоение программы дисциплины: 150 часов.

Форма промежуточной аттестации: курсовая работа, 2 семестр, экзамен, 2 семестр.

МДК 02.02 Медиа-планирование и медиабайнг

Содержание междисциплинарного курса: Проблема эффектов и эффективности массовой коммуникации. Ключевые теории и модели массовой коммуникации. Медиа бриф и его составляющие. Медиа-планирование как инструмент. Управления информационными кампаниями. Медиа-аспект стратегии. Тактики медиа-планирования Принципы отбора медиа носителей. Особенности медиа-планирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное нескольких медиа, реклама группы, планирование для рекламодателей. Характеристики и особенности основных каналов размещения: пресса, ТВ, радио, Internet, наружная реклама. Медиа-карта, ее продуктивное использование. Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании. Основные медиа-параметры и их характеристика; Медиа-обсчет, его основные параметры. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации. Определение бюджета выделяемого на размещение рекламы (медиа-сплит, медиа-обсчет).Тактическое медиа-планирование (выбор конкретных распространения. Рекламы; период проведения формат рекламных сообщений). Медиа-микс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан). Медиабайнг. Профессия медиабайер. Проблема приобретения места для размещения рекламы. Определение процедур контроля и оценки эффективности медиа планирования. Медиа-планирование как точная наука. Исходные понятия теории медиа-планирования: рейтинг и предельный охват. Вычисление медиа-параметров отдельных СМИ. Охват и его частотное распределение (спектр).

Средняя частота контактов. Рекуррентное соотношение для спектра охвата одного СМИ. Спектр охвата. Вычисление охвата СМИ. Количественные характеристики медиа-плана и их применение в рекламной практике. Медиа-статистики, описывающие медиаплан. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point). Целевой рейтинг. Графики размещения рекламных материалов на различных медиаканалах. Комплексная рекламная кампания по принципу медиа-микс. Основные характеристики, сроки и структура медиа-плана. Контроль и оценка эффективности медиа-плана.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 106 часов

Форма промежуточной аттестации: курсовая работа 3 семестр, экзамен 4 семестр.

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

Цель дисциплины: разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

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

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

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно- медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Уметь:

Разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в интернете, планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности.

Знать:

специфику механизма торгового бренда. новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью он-лайн технологий.

МДК.03.01 Цифровой маркетинг

Содержание междисциплинарного курса: Введение в DIGITAL-маркетинг. Сущность, понятие, особенности и принципы DIGITAL-маркетинг в построении современной бизнес- концепции предприятия. Электронная коммерция. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России. Интернет-рынок и его структура. Комплекс маркетинга 4P для интернет-рынка. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга. Особенности ведения товарной политики в Интернете. Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете. Особенности ведения ценовой политики в Интернете. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете. Модель ценообразования на интернет-рынке. Поисковое продвижение сайтов. Технологии привлечения посетителей на сайт. Сайт как инструмент цифрового маркетинга. Вирусный маркетинг в Интернете. Email-маркетинг. Маркетинг в социальных сетях. Интернет-реклама.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 131 час

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа 2 семестр, дифференцированный зачет, 3 семестр.

МДК.03.02 Коммуникационные инструменты интернет- среды

Содержание междисциплинарного курса: Основные понятия в сфере цифровой коммуникации. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг. Цели цифровых коммуникаций и их назначение. Интернет как основа развития цифровых коммуникаций. Технологии общения в интернете. Стратегии цифровой коммуникации в интернете. Основы создания цифровых ресурсов и обеспечение их функционирования в глобальной сети. Информационные коммуникационные технологии, их классификация. Деловые коммуникации в цифровой среде. Межличностная интернет-коммуникация. Посадочная страница коммерческого сайта. Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети интернет. Поисковое продвижение сайта. Способы привлечения посетителей из поисковых систем. SEO– аудит сайта. Контекстная и таргетированная реклама. Поисковая оптимизация (SEO). Медийная (юаннерная) реклама и инструменты ее автоматизации. RTB– технология интернет- рекламы. Продвижение компании с помощью SMM. Обзор популярных социальных сетей. Social Media Optimization (SMO). Мониторинг социальных сетей и блогов. Новые цифровые технологии. Медиа-показатели эффективности. Цифровой этикет.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 82 час

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа 3 семестр, дифференцированный зачет, 4 семестр.

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

Место дисциплины в структуре ППСЗ: профессиональный модуль относится к профессиональному учебному циклу.

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

ОК01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

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

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

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

Уметь:

владеть основами дизайна, создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки настраивать контекстную и таргетированную рекламу.

Знать: приемы и методы проектирования рекламного продукта офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения

МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Содержание междисциплинарного курса: Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Характеристики процесса разработки рекламного обращения. Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта. Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект. Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала. Понятие «фирменный стиль». Примеры фирменного стиля. Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и широком смысле. Принципы создания фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки. Товарный знак. Виды товарных знаков. Торговая марка и бренд. Общая теория бренда. Законы создания бренда. Логотип как элемент фирменного стиля. Критерий при разработке логотипа. Анализ хороших и неудачных логотипов. Варианты создания логотипа. Шрифт в логотипе. Фирменный персонаж как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 50 часов

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет, 3 семестр.

МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта

Содержание междисциплинарного курса: Историческое формирование рекламных жанров. Жанровое разнообразие рекламного творчества. Рекламное творчество в русской культуре. Понятие рекламной концепции и рекламной идеи. Основные жанры современной печатной рекламы. Публицистические жанры современного рекламного пространства. Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза. Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы. Методы поиска творческих идей. Этапы создания рекламного продукта. Основы выработки стратегии разработки фирменного наименования. (Нейминг). Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов). Креативное обеспечение рекламного процесса. Формы и функции рекламного креатива. Этапы разработки креативной концепции, структурные элементы креативной концепции. Семиотика рекламы: реклама как семиотическая система. Семантическая структура рекламного продукта. Типология знака. Виды и классификация рекламных знаков. Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Мифотехнологии в

рекламной коммуникации. Креативный бриф. Структура брифа. Модели креативных рекламных брифов. Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды («агрессивный» и «мягкий» подход), Неформальный стиль рекламного обращения; активизация позитивных эмоций у потребителя. Формирование творческой концепции (поисковое эскизирование). Комплексное решение элементов наружной рекламы. Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистические приемы рекламного текста. Особенности текстового оформления рекламной продукции.

Количество часов на освоение программы дисциплины: 84 часа

Форма промежуточной аттестации: контрольная работа 3 семестр, дифференцированный зачет, 4 семестр.

МДК.04.03 Производство рекламного продукта

Содержание междисциплинарного курса: Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Структура и параметры печатных изданий. Структура полосы издания. Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Приёмы реализации рекламной идеи. Определение и сущность. Схема разработки. Принципы успеха. Приёмы творческого замысла. Телереклама: приемы разработки. Радиореклама: приемы разработки. Реклама в прессе: особенности восприятия Транзитная реклама: условия восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.

Наружная реклама: условия воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложения. Основные сервисы интернета. WEB-документы. Технология анонсирования рекламы в Интернете. Виды Интернет-рекламы и способы их классификации, основные достоинства и недостатки. Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций. Проектная графика. Место проектной графики на различных этапах создания рекламного продукта. Виды компьютерной графики. Особенности технического и программного оснащения в работе дизайнера

Векторная компьютерная графика и программы её обработки. в графическом редакторе «Illustrator» Графический редактор Adobe Photoshop, его форматы изображений и роликов, применение. редактора в создании рекламного продукта. Растровая компьютерная графика и программы её обработки. Интерфейс программы Adobe Photoshop CS5. Компьютерный дизайн. Дизайн в Интернете. Векторная графика в Интернете. Web-сайты и интернет-реклама
Количество часов на освоение программы дисциплины: 82 часа
Форма промежуточной аттестации: контрольная работа 3 семестр, дифференцированный зачет, 4 семестр.