

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный
университет»
Инженерно-экономический колледж

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора
по образовательной деятельности НЧИ КФУ
Бискулов Р.А.



_____ 2016 г.

М.П.

Программа подготовки специалистов среднего звена

Специальность
42.02.01 «Реклама»

На базе
основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
очная

Набережные Челны 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	3
1.1 Определение ППССЗ.....	3
1.2 Нормативные документы для разработки ППССЗ по специальности	3
1.3 Общая характеристика ППССЗ по специальности	4
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.1 Область профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника	5
3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ППССЗ.....	6
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ППССЗ	8
5. Ресурсное обеспечение образовательного процесса	15
5.1. Научно-педагогические кадры	15
5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение	15
5.3. Материально-техническое обеспечение.....	16
6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и (социально-личностных) компетенций выпускников	
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ППССЗ.....	29
8. Другие нормативно-методические материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.....	32
Приложения	36

1. Общие положения

1.1 Определение ППССЗ

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 «Реклама», реализуемая Инженерно-экономическим колледжем Набережночелнинского института КФУ, представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную институтом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по указанной специальности среднего профессионального образования (ФГОС СПО).

ППССЗ по специальности 42.02.01 «Реклама» регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание и организацию образовательного процесса.

Миссия учебного заведения: подготовка высококвалифицированного специалиста среднего звена, способного конкурировать на рынке труда.

1.2 Нормативные документы для разработки ППССЗ по специальности

Нормативную правовую базу разработки ППССЗ по специальности 42.02.01 «Реклама», составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования (приказ Минобрнауки России от 14.06.2013 № 464);
- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденный приказом Министерства образования и науки России от 12.05.2014 № 510;
- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования (приказ Минобрнауки России от 18.04.2013 г. № 291);
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Устав КФУ (Утверждены приказом Министерства образования и науки РФ №1664 от 19 мая 2011 г.);
- Положение о Набережночелнинском институте (филиале) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» от 11.03.2013г. № 0.1.1.67-06/37/13 утверждено ректором КФУ
- Нормативные акты К(П)ФУ.

1.3 Общая характеристика ППССЗ по специальности

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама» срок получения СПО по ППССЗ зависит от образовательной базы обучающихся, уровня подготовки (базовая, углубленная) и формы их обучения.

Получение обучающимися СПО по ППССЗ по специальности 42.02.01 «Реклама» при очной форме обучения осуществляется в следующие сроки:

Таблица 1 –Сроки получения СПО по ППССЗ

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	Наименование квалификации базовой подготовки	Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки в очной форме обучения
на базе среднего общего образования	<u>Специалист по рекламе</u>	<u>2 года 10 месяцев</u>
на базе основного общего образования		<u>3 года 10 месяцев</u>

Абитуриент должен иметь документ государственного образца об основном общем образовании или о среднем общем образовании.

Квалификация выпускника - специалист по рекламе

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

2.1 Область профессиональной деятельности выпускника

Область деятельности: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

- 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.

2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника

- 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 должности 20032 Агент рекламный.

3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ППСЗ

Характеристика компетенций согласно ФГОС СПО.

В результате освоения ППСЗ по специальности 42.02.01 «Реклама» выпускник 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

Выпускник, освоивший ППСЗ по специальности 42.02.01 «Реклама» должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

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
ПК 4.4	Готовить документы для регистрации юридического лица
ПК 4.5	Вести расчет себестоимости и цены рекламных продуктов
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Вести переговоры с заказчиками, производителями рекламы и средствами массовой информации в качестве посредника по предоставлению рекламных услуг
ПК 5.3	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий
ПК 5.4	Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы
ПК 5.5	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя

Матрица соответствия требуемых компетенций и формирующих их составных частей ППССЗ.

В составных частях ППССЗ: рабочих программах всех учебных дисциплин (модулей), входящих в учебный план НЧИ КФУ по специальности 42.02.01 «Реклама», программах учебных и производственных практик, программе итоговой государственной аттестации выпускников сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями по ППССЗ.

Матрица соответствия требуемых компетенций и формирующих их составных частей ППССЗ приведена в Приложении 1.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ППССЗ

Календарный учебный график (Приложение 2)

- Календарный учебный график для очной формы обучения состоит из:
8 семестров (включая время, отведенное на подготовку и защиту выпускной квалификационной работы);
199 недель (включая: 125 недель обучения по учебным циклам, 7 недель промежуточная аттестация, 23 недели учебная и производственная (по профилю специальности) практики, 4 недели – производственная (преддипломная практика), 6 недель государственная итоговая аттестация (подготовка и защита выпускной квалификационной работы), 34 недели каникулы), что полностью соответствует ФГОС СПО.
- Календарный учебный график утвержден директором.
- Календарный учебный график приведен в Приложении 2.

Учебный план (Приложение 3)

ППССЗ разработана на основе структуры, заданной ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» и включает изучение следующих учебных циклов:

- общего гуманитарного и социально-экономического;
- математического и общего естественнонаучного;
- профессионального

и разделов:

- учебная практика;
- производственная практика (по профилю специальности);
- производственная практика (преддипломная);
- промежуточная аттестация;
- государственная итоговая аттестация (подготовка и защита выпускной квалификационной работы).

Учебный план содержит:

- перечень учебных циклов и модулей;
- трудоемкость циклов и разделов в академических часах с требований ФГОС СПО;
- трудоемкость дисциплины (междисциплинарного курса) в академических часах;
- распределение трудоемкости дисциплин (междисциплинарных курсов) и разделов по семестрам;
- форму (формы) промежуточной аттестации по каждой дисциплине,

междисциплинарному курсу, профессиональному модулю, по каждому разделу;

- виды и продолжительность практик, формы аттестации по каждому виду практик;
- продолжительность государственной итоговой аттестации, формы государственной итоговой аттестации.

Учебные дисциплины, профессиональные модули, междисциплинарные курсы включены в учебный план в соответствии с требованиями ФГОС СПО, с учетом мнения работодателей, и направлены на формирование компетенций обучающихся.

Учебным планом предусмотрено выполнение курсовых работ по дисциплинам и междисциплинарным курсам (МДК): 1. МДК.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале».

Объем часов по всем циклам профессиональной подготовки составляет 4644 часа максимальной учебной нагрузки обучающегося, что соответствует требованиям ФГОС СПО. Расхождения общего итога объема часов по всем циклам нет.

При разработке учебного плана выполнены следующие требования:

Максимальный объем учебной нагрузки обучающегося составляет 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной учебных нагрузок.

Объем аудиторной учебной нагрузки в течение всего периода обучения по учебным циклам составляет 36 академических часов в неделю.

Продолжительность обучения по учебным циклам составляет:

1 семестр 19 недель;

2 семестр 20 недель;

3 семестр 17 недель;

4 семестр 18 недель;

5 семестр 14 недель;

6 семестр 16 недель;

7 семестр 12 недель;

8 семестр 9 недель.

Количество курсовых работ 1.

Каникулы 34 недели, что соответствует требованиям ФГОС СПО.

Учебным планом предусмотрено 125 недель обучения по учебным циклам.

Общеобразовательная подготовка студентов, поступивших на базе основного общего образования, заключается в продолжении изучения общеобразовательных дисциплин, предусмотренных Федеральным государственным образовательным

стандартом среднего общего образования с учетом гуманитарного профиля специальности. Полученные при изучении общеобразовательных учебных дисциплин умения и знания обучающихся углубляются и расширяются при изучении дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического, математического и общего естественнонаучного и профессионального учебных циклов ППССЗ.

ППССЗ включает изучение следующих учебных циклов.

Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл

Учебный план включает четыре обязательные дисциплины этого цикла («Основы философии», «История», «Иностранный язык», «Физическая культура»), предусмотренные ФГОС СПО специальности 42.02.01 «Реклама».

Математический и общий естественнонаучный учебный цикл

Учебный план включает три обязательные дисциплины этого цикла: «Математика», «Экологические основы природопользования», «Информатика».

Профессиональный учебный цикл

Профессиональный учебный цикл включает общепрофессиональные дисциплины и профессиональные модули.

Учебный план включает пять обязательных общепрофессиональных дисциплин: «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Экономика организации», «Безопасность жизнедеятельности». Дисциплины, реализуемые за счет вариативной части: «Психология рекламы», «Рекламный текст», «Психология общения».

В профессиональный цикл входят 5 профессиональных модулей, содержащих междисциплинарные курсы:

ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»:

МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта»;

МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта».

Модуль изучается в течение четвертого семестра. В рамках модуля проводится производственная (по профилю специальности) практика, направленная на формирование и закрепление общих и профессиональных компетенций. Изучение модуля завершается экзаменом (квалификационным).

ПМ.02 «Производство рекламной продукции»:

МДК.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале»;

МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа»;

МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии»;

МДК.02.04 «Техника и технологии рекламного видео».

Модуль изучается в течение четвертого, пятого, шестого и седьмого семестров. В рамках модуля проводятся учебная и производственная (по профилю специальности) практики, направленные на формирование и закрепление общих и профессиональных компетенций. Изучение модуля завершается экзаменом (квалификационным).

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

МДК.03.01 «Маркетинг в рекламе»;

МДК.03.02 «Правовое обеспечение рекламной деятельности».

Модуль изучается в течение пятого и шестого семестров. В рамках модуля проводится производственная (по профилю специальности) практика, направленная на формирование и закрепление общих и профессиональных компетенций. Изучение модуля завершается экзаменом (квалификационным).

ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»:

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

Модуль изучается в течение седьмого и восьмого семестров. В рамках модуля проводится производственная (по профилю специальности) практика, направленная на формирование и закрепление общих и профессиональных компетенций. Изучение модуля завершается экзаменом (квалификационным).

ПМ.05 «Выполнение работ по должности агент рекламный»:

Модуль реализуется за счет учебной практики в шестом семестре, направленной на формирование и закрепление общих и профессиональных компетенций. Изучение модуля завершается экзаменом (квалификационным).

Аннотации рабочих программ учебных дисциплин (междисциплинарных курсов) приведены в Приложении 4.

Программы учебных и производственных практик (Приложение 5)

Программы учебных и производственных практик соответствуют ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама».

Практика представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

В соответствии со стандартом ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» при реализации ППССЗ предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная. Производственная практика состоит из двух этапов: практики по профилю специальности и преддипломной практики.

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводятся при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализуются концентрированно в один или несколько периодов. Цели и задачи, программы и формы отчетности определены по каждому виду практики.

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Цель учебных и производственных (по профилю специальности) практик: формирование, закрепление и развитие практических навыков, общих и профессиональных компетенций.

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.02 «Производство рекламной продукции»

Цель учебной практики - формирование компетенций:

ОК 1 – 11; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3.

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.05 «Выполнение работ по должности агент рекламный»

Цель учебной практики - формирование компетенций:

ОК 1 – 11; ПК 5.1; ПК 5.2; ПК 5.3; ПК 5.4; ПК 5.5.

Производственная практика (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Цель производственной практики (по профилю специальности) – формирование компетенций:

ОК 1 – 11; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1.5.

Производственная практика (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.02 «Производство рекламной продукции»

Цель производственной практики (по профилю специальности) – формирование компетенций:

ОК 1 – 11; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3.

Производственная практика (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»

Цель производственной практики (по профилю специальности) – формирование компетенций:

ОК 1 – 11; ПК 3.1; ПК 3.2.

Производственная практика (по профилю специальности) по профессиональному

модулю ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Цель производственной практики (по профилю специальности) – формирование компетенций:

ОК 1 – 11; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3; ПК 4.4; ПК 4.5.

Производственная (преддипломная) практика

Производственная (преддипломная) практика направлена на углубление первоначального практического опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выпускной квалификационной работы.

Формирование общих компетенций:

ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11.

Формирование профессиональных компетенций:

ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 1,5;

ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3;

ПК 3.1; ПК 3.2;

ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3; ПК 4.4; ПК 4.5.

Таблица 5 – Места проведения учебных и производственных практик

№ п/п	Наименование вида практики в соответствии с учебным планом	Место проведения практики
1	2	3
1	Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»	Молодежная общественная организация «Городской Студенческий Совет»
		ООО «Городской Хоккейный клуб «Челны»
		ООО «Жилищная инвестиционная компания»
		ООО «Мегаполис»
		ООО «ИнтерТелеКом»
		ООО «Мебельная фабрика Премьер»
		ООО «РегионТехСнаб»»
2	Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.05 «Выполнение работ по должности агент рекламный»	ООО «Мебельная фабрика Премьер»
		ООО «РегионТехСнаб»»
		НЧИКФУ Инженерно-экономический колледж
		ООО «Магнолия»
		ЗАО «ТАТПРОФ»
		ОАО «ВАМИН-Татарстан»
		ООО «Фитнес Сити»
3	Производственная практика (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»	Молодежная общественная организация «Городской Студенческий Совет»
		ООО «Городской Хоккейный клуб «Челны»
		ООО «Жилищная инвестиционная компания»
		ООО «Мегаполис»
		ООО «ИнтерТелеКом»
		ООО «Мебельная фабрика Премьер»

		ООО «РегионТехСнаб»»
		ООО «Магнолия»
		ЗАО «ТАТПРОФ»
		ОАО «ВАМИН-Татарстан»
		ООО «Фитнес Сити»
4	Производственная практика (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.02 «Производство рекламной продукции»	Молодежная общественная организация «Городской Студенческий Совет»
		ООО «Городской Хоккейный клуб «Челны»
		ООО «Жилищная инвестиционная компания»
		ООО «Мегаполис»
		ООО «ИнтерТелеКом»
		ООО «Мебельная фабрика Премьер»
		ООО «РегионТехСнаб»»
		ООО «Магнолия»
		ЗАО «ТАТПРОФ»
		ОАО «ВАМИН-Татарстан»
		ООО «Фитнес Сити»
5	Производственная практика (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»	ООО «Мебельная фабрика Премьер»
		ООО «РегионТехСнаб»»
		ООО «Магнолия»
		ЗАО «ТАТПРОФ»
		ОАО «ВАМИН-Татарстан»
		ООО «Фитнес Сити»
6	Производственная практика (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»	ООО «Мебельная фабрика Премьер»
		ООО «РегионТехСнаб»»
		ООО «Магнолия»
		ЗАО «ТАТПРОФ»
		ОАО «ВАМИН-Татарстан»
		ООО «Фитнес Сити»
7	Производственная практика (преддипломная)	ООО «Мебельная фабрика Премьер»
		ООО «РегионТехСнаб»»
		ООО «Магнолия»
		ЗАО «ТАТПРОФ»
		ОАО «ВАМИН-Татарстан»
		ООО «Фитнес Сити»

Рабочие программы по видам практик, задания руководителя, формы отчетности содержатся в Приложении 5.

5. Ресурсное обеспечение образовательного процесса

Ресурсное обеспечение ППССЗ Набережночелнинского института (филиал) КФУ формируется на основе требований к условиям реализации ППССЗ, определяемых ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама».

5.1. Научно-педагогические кадры

Реализация ППССЗ по специальности 42.02.01 «Реклама» обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже одного раза в три года.

ППССЗ по специальности 42.01.01 «Реклама» реализуют 29 преподавателей, из них 6 кандидатов наук, 1 преподаватель имеет высшую категорию, 4 преподавателя имеют первую категорию, 15 преподавателей аттестованы на соответствие занимаемой должности, 8 преподавателей не имеют аттестации.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Содержание учебно-методических комплексов должно обеспечивать необходимый уровень и объем образования, включая и самостоятельную работу студентов, а также предусматривать контроль качества освоения студентами ППССЗ в целом и отдельных ее компонентов.

Библиотечно-информационное обеспечение учебного процесса осуществляется библиотекой института и удовлетворяет требованиям ФГОС СПО.

Также используется фонды ЭБС с возможностью индивидуального неограниченного доступа к содержимому ЭБС из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (не менее чем для 100 процентов обучающихся):

1. ЭБС ZNANIUM.COM (НИЦ ИНФРА-М)

Договор № 0.1.1.59-08/686/16 от 19.10.16; срок действия договора: 19.10.2016–18.10.2017;

2. ЭБС [«БиблиоРоссика»](#)

Договор № 0.1.1.59-08/330/15 от 28.08.15;

Договор № 140Б/16 от 05.09.2016; срок действия договора: с 01.09.16–31.08.17;

3. ЭБС [Издательства «Лань»](#)

Договор № 0.1.1.59-08/580/16 от 27.09.16; срок действия договора: 25.09.2016–24.09.2017;

4. ЭБС «Книгафонд»

Гос.контракт 0.1.1.59-12/278/12 от 25.07.2012;

5. ЭБС Консультант студента

Договор № 0.1.1.59-08/381/16 от 29.07.2016; срок действия договора: 29.07.2016–

28.07.2017;

6.ЭБС «Университетская библиотека online»: ООО «НексМедиа» (Москва)

Договор No 0.1.59-08/831/15 от 23 декабря 2015; срок действия договора:
05.02.2016-04.02.2017.

В библиотеке функционирует читальный зал на 163 посадочных места, 1 из которых оборудовано персональным компьютером. Также в библиотеке имеется компьютерный класс с 15 автоматизированными рабочими местами.

В институте имеется издательство, осуществляющее подготовку и выпуск необходимой учебной и учебно-методической литературы.

5.3. Материально-техническое обеспечение

В учебном процессе при освоении программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама» используются следующие профильные аудитории и специально оборудование кабинеты:

Таблица 6 – Материально-техническое обеспечение

№ ауд.	Наименование	Оснащение	Примечание
КАБИНЕТЫ			
УЛК-1, ауд.402, 453, 373, 349, 219	Социально-экономических дисциплин	Аудитория 1-402: Проектор, экран, акустика, компьютер DualCore Intel Pentium E2180 2000 MHz	
УЛК-1, ауд. 341, 337, 336, 326	Иностранного языка (лингвафонные кабинеты)	SANACOSTudy-1200	
УЛК-1, ауд. 410, 413, 373, 369, 357, 360, 362	Математики и информатики	Ауд.1-410: Мультимедийный проектор SANYO-PLC-75; интерактивная доска APOLLO; компьютер LG Ауд.357: Проектор NEC NP400 Ауд. 360, 362: Компьютер Athlon 64x2, MB Gigabyte, DDR2 512Mb, NVIDIA GeForce 7300GS 256 Mb, HDD 160 Gb (13 шт.); Компьютер Intel Pentium E6600 (3,06 GHz), MB ASUS P5G41T, DDR3 2Gb, NVIDIA GeForce GT220 512 Mb, HDD 500Gb (15 шт.); Компьютер Athlon 64x2, MB Gigabyte M52L-S3, DDR2 512Mb, NVIDIA GeForce 8400GS 512 Mb, HDD 160 Gb (3 шт.); Проектор NEC NP400; Коммутатор D-Link DES-1026G; Экран настенный 213x213; программное обеспечение MS Windows XP Pro, MS Office 2007 Standart: в том числе: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Access, Microsoft PowerPoint.	
УБК-8 ауд. 315	Истории изобразительных искусств	Диапроектор, экран.	
УБК-8 ауд., 2,3,4	Рисунка и живописи	Мольберты (45) Планшеты (45) Подставки (45) Натюрмортные столики (45) Гипсовые головы и маски (8) Обрубовки (3) Муляжи овощей и фруктов (3 комплекта) Гипсовые геометрические фигуры (6) Конструктивные металлические фигуры (каркас)	

		(6) Драпировки (18) Различная посуда (24)	
УЛК – 1, ауд. 402, 412, 191, 307, 357	Экологии и безопасности жизнедеятельности	Аудитория 1-402: Проектор, экран, акустика, компьютер DualCore Intel Pentium E2180 2000 MHz. Ауд. 1- 191: 1.Люксметр-яркометр ТКА-ПКМ-02 - 1 шт. 2.Пульсметр-люксметр ТКА-ПКМ-08 - 1 шт. 3.Измеритель параметров электрических и магнитных полей АТ-002 - 1 шт. 4.Измеритель уровня напряженности СТ-02 - 1 шт. 5. Измеритель температуры и влажности воздуха ТКА-ПКМ-24 6.Шумомер ШИ-01В - 1 шт. 7.Аспиратор ПУ-ЗЭ/220 - 1 шт. 8.Дифманометр ДМЦ-01М с трубкой ПИТО - 1 шт. 9.Пробоотборный зонд НПК «Атмосфера» - 1 шт. 10.Радиоизотопный пылемер Прима-1 - 1 шт. Ауд. 1 – 307: 1. Лабораторный стенд по изучению шагового напряжения и напряжения прикосновения 2. Лабораторный стенд по изучению температуры вспышки материалов 3. Лабораторный стенд по изучения воздействия вибраций на организм человека	
УЛК-1, ауд.402, 453, 439, 219, 220	Экономики и менеджмента	Аудитория 1-402: Проектор, экран, акустика, компьютер DualCore Intel Pentium E2180 2000 MHz	
УБК-8 ауд. 322	Шрифтовой и художественной графики	Ауд. 322: Макетная экспозиция (30 шт.) Компьютеры (14шт.), проектор, экран Программное обеспечение: CorelDraw, 3DMax, Photoshop (14 шт.)	
УБК-8 ауд. 2,3,4	Цветоведения	Мольберты (45) Планшеты (45) Подставки (45) Натюрмортные столики (45) Гипсовые головы и маски (8) Обрубовки (3) Муляжи овощей и фруктов (3 комплекта) Гипсовые геометрические фигуры (6) Конструктивные металлические фигуры (каркас) (6) Драпировки (18) Различная посуда (24)	
УБК-8 ауд. 322	Проектирования рекламного продукта	Ауд. 322: Макетная экспозиция (30 шт.) Компьютеры (14шт.), проектор, экран Программное обеспечение: CorelDraw, 3DMax, Photoshop (14 шт.)	
УЛК – 1, ауд. 361	Методический	Комплект УМК по специальности.	
УЛК – 1, ауд. 410, 413, 374, 220	Русского языка и литературы	Ауд.1-410: Мультимедийный проектор SANYO- PLC-75; интерактивная доска APOLLO; компьютер LG	
УЛК-1, ауд.402, 453, 439, 219	Истории и обществознания	Аудитория 1-402: Проектор, экран, акустика, компьютер DualCore Intel Pentium E2180 2000 MHz	
УЛК-1, ауд.410, 369	Естествознания	Ауд. 1-410: Мультимедийный проектор SANYO- PLC-75; интерактивная доска APOLLO; компьютер LG	

УЛК-1, ауд.402, 453, 439, 219	Географии	Аудитория 1-402: Проектор, экран, акустика, компьютер DualCore Intel Pentium E2180 2000 MHz	
УЛК-1, ауд.402, 453, 439, 219	Мировой художественной культуры	Аудитория 1-402: Проектор, экран, акустика, компьютер DualCore Intel Pentium E2180 2000 MHz	
УЛК-1, ауд. 341, 337, 336, 326	Татарского языка	SANACOSTudy-1200	
ЛАБОРАТОРИИ			
УБК-8 ауд. 322	Информатики и вычислительной техники	Ауд. 322: Макетная экспозиция (30 шт.) Компьютеры (14шт.), проектор, экран Программное обеспечение: CorelDraw, 3DMax, Photoshop (14 шт.)	
УБК-8 ауд. 322	Компьютерного дизайна	Ауд. 322: Макетная экспозиция (30 шт.) Компьютеры (14шт.), проектор, экран Программное обеспечение: CorelDraw, 3DMax, Photoshop (14 шт.)	
УБК-8 ауд. 322	Информационных и коммуникационных технологий	Ауд. 322: Макетная экспозиция (30 шт.) Компьютеры (14шт.), проектор, экран Программное обеспечение: CorelDraw, 3DMax, Photoshop (14 шт.)	
УБК-8 ауд. 322	Компьютерной графики и видеомонтажа	Ауд. 322: Макетная экспозиция (30 шт.) Компьютеры (14шт.), проектор, экран Программное обеспечение: CorelDraw, 3DMax, Photoshop (14 шт.)	
УБК-7 ауд. 209	Фотолаборатория	Фотоаппарат Canon 6D kit 24-105EF f4 -1 шт.2. Фотоаппарат Canon 6D body – 1 шт.3. Монтажные компьютеры – 2 шт.4. Рабочие компьютеры – 2 шт.5. Компьютеры в компьютерном классе – 15 шт.6. Штатив Manfrotto MVH500AH,755XBK – 1 шт.7. Монопод Manfrotto MVM 500A – 1 шт. 8. Зарядное устройство для аккумуляторных батареек AA GP PowerBank GPPB27GS – 2 шт.	
МАСТЕРСКИЕ			
УЛК – 3, РПУ	Багетная	Циркулярно-распиловочный станок. Присадочный станок. Электрофуганок. Ресмус. Сверлильный станок. Шлифовочно-наждачный станок. Фрезер.	
ПОЛИГОНЫ			
УЛК-1, 1 этаж	Мини-типография	Компьютерное и периферийное оборудование	
СТУДИИ			
УБК-7 ауд. 209	Видеостудия	1. Фотоаппарат Canon 6D kit 24-105EF f4 -1 шт.2. Фотоаппарат Canon 6D body – 1 шт.3. Монтажные компьютеры – 2 шт.4. Рабочие компьютеры – 2 шт.5. Компьютеры в компьютерном классе – 15 шт.6. Штатив Manfrotto MVH500AH,755XBK – 1 шт.7. Монопод Manfrotto MVM 500A – 1 шт.8. Микшерский пульт Mackie Onyx 1620i – 1шт.9. Звуковая плата Lexicon Lambda – 1 шт.10. Активные студийные мониторы ESI nEar05 – 2 шт.11. Ламповый одноканальный микрофонный процессор с цифровым выходом DBX 376 – 1 шт.12. Процессор эффектов TC ELECTRONIC M 350 – 1 шт.13. Наушники закрытые AKG K77 – 3 шт.14. Микрофон динамический кардиоидный Shure SM57-LCE – 2 шт.15. Микрофон конденсаторный AKG Perception 420 – 1 шт.16. Кардиоидный конденсаторный микрофон CAD	

		Trion600–1 шт.17. Радиосистема Sennheiser EW 112P-G3-A-X – 2 шт.18. Карта памяти SanDisk Extreme class 10 32Gb SDHC UHS-1 Card – 5 шт.19. Кронштейн 12 см. – 4 шт.20. Сетевое хранилище Buffalo Linkstation Pro – 1 шт.21. Сетевое хранилище ReadyNAS DUO RND2000 – 1 шт.22. Диктофон портативный цифров Tascam DR-100MK2 – 1 шт.23. Зарядное устройство для аккумуляторных батареек AA GP PowerBank GPPB27GS – 2 шт.	
УБК-7 ауд. 209	Фотостудия	Фотоаппарат Canon 6D kit 24-105EF f4 -1 шт.2. Фотоаппарат Canon 6D body – 1 шт.3. Монтажные компьютеры – 2 шт.4. Рабочие компьютеры – 2 шт.5. Компьютеры в компьютерном классе – 15 шт.6. Штатив Manfrotto MVH500AH,755XBK – 1 шт.7. Монопод Manfrotto MVM 500A – 1 шт. 8. Зарядное устройство для аккумуляторных батареек AA GP PowerBank GPPB27GS – 2 шт.	
СПОРТИВНЫЙ КОМПЛЕКС			
Спортманеж - пр. Мира, д.15 Б ауд.1, 6,15 Спорткомплекс – пр. Мира, д.13А	Спортивный зал	Тренажерный зал Зал ЛФК Баскетбольно-волейбольная площадка 4 бадминтонные площадки Зал для настольного тенниса	
	Открытый стадион широкого профиля с элементами полосы препятствий	2 спортивных городка (разновысотные турники, брусья, скамейка для пресса, рукоход). 4 асфальтированные беговые дорожки. Полоса препятствий	
Спорткомплекс – пр. Мира, д.13А	Стрелковый тир	Электронный тир «СКАТ»	
ЗАЛЫ			
УБК, ауд. 200	Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет	163 посадочных места; 15 автоматизированных рабочих мест с выходом в сеть Интернет; Проектор; Копировальная техника	
УБК	Актовый зал	300 посадочных мест. Проектор, компьютер, беспроводные микрофоны, акустическая система, цветомузыка.	

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающая развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

Инженерно-экономический колледж является структурным подразделением Набережночелнинского института (филиала) КФУ.

Целью воспитательной работы педагогического коллектива Набережночелнинского института (филиала) КФУ, общественных организаций и структур, студенческого актива является формирование гармонично развитой, творческой и высоконравственной личности будущего специалиста, способного успешно действовать в условиях конкурентной среды, обладающего высокой культурой и гражданской ответственностью за принимаемые решения, обладающего такими личностными качествами, как:

- нравственность;
- интеллигентность;
- патриотизм;
- стремление к здоровому образу жизни;
- профессиональная компетентность;
- социальная активность;
- предприимчивость;
- способность к сотрудничеству и межкультурному взаимодействию.

В основе воспитательной работы лежат идеи демократизации процесса образования, социокультурной толерантности, гуманизации и гуманитаризации процесса подготовки специалистов высшей квалификации. Каждому студенту предоставляются условия для интеллектуального, культурного и нравственного развития, получения высшего образования и квалификации в соответствии со способностями, знаниями и желаниями, обеспечения качества образования, повышающего профессиональную мобильность и социальную защищенность личности в условиях рыночной экономики, создания благоприятных условий для ее социализации, гражданского становления, обретения общественно-значимых ценностей.

Практическая реализация Концепции воспитательной работы происходит на следующих условиях:

- участие в ее реализации всех субъектов образовательно-воспитательной деятельности;
- создание необходимого уровня, методического, правового, финансово-материального и организационно-структурного обеспечения;
- формирование сбалансированной обучающей, воспитывающей и общегуманитарной среды;
- включение в сферу воспитания культурного потенциала города, республики,

международных связей.

Концепция воспитательной работы строится на комплексе нормативных и рекомендательных актов, определяющем цели и задачи формирования общекультурных компетенций выпускников и включающем: а) Международные нормативные акты, относящиеся к проблемам организации воспитательной работы: (Конвенция о техническом и профессиональном образовании (принята Генеральной конференцией ЮНЕСКО 21 ноября 1978 г.), Рекомендации о борьбе с дискриминацией в области образования (принята Генеральной конференцией ЮНЕСКО 14 декабря 1960 г.), Рекомендации о развитии образования взрослых (принята Генеральной конференцией ЮНЕСКО 26 ноября 1976 г.); б) Законодательные акты Российской Федерации, определяющие основные подходы к воспитательной работе в системе высшего и послевузовского образования; в) Обязательные и рекомендательные акты, принятые Министерством образования и науки Российской Федерации, значимых российских общественных организаций; г) Нормативные документы Набережночелнинского института К(П)ФУ, регулирующие организацию воспитательной работы (Устав НЧИ К(П)ФУ, Правила внутреннего распорядка НЧИ К(П)ФУ, Решения Ученого совета НЧИ К(П)ФУ и Управлением по молодежной политике, социальным вопросам и развитию системы физкультурно-спортивного воспитания и иные документы). Созданы стипендиальная, жилищно-бытовая и комиссия по противодействию коррупции, терроризму, экстремизму, наркопреступности и профилактике наркомании, в составе которых взаимодействуют администрация и студенчество вуза, совместно решая актуальные проблемы в каждой сфере.

Воспитательная и социальная работа реализуется на трех уровнях управления: 1 – на уровне вуза, 2 – отделения (колледжа), 3 – кафедры и других структурных подразделений института. Планирование и организация воспитательной деятельности осуществляется Управлением по молодежной политике, социальным вопросам и развитию системы физкультурно-спортивного воспитания под руководством заместителя директора по социальной и воспитательной работе. В состав управления входят отдел по социально-воспитательной работе и отдел культурно-массовой и спортивной работы. В отделениях института социальную и воспитательную работу осуществляют заместители заведующих отделениями по социальной и воспитательной работе, а также кураторы учебных групп и классные руководители в колледже. Помощь в реализации этого направления оказывается старостами учебных групп и представителями органов студенческого самоуправления, прежде всего, профорганами отделений и курсов.

Профком студентов и аспирантов Набережночелнинского института КФУ призван

обеспечивать контроль в институте за соблюдением и исполнением законодательных, нормативно-правовых документов любого уровня, касающихся студентов.

Функции профкома:

- контроль социальных выплат студентам-сиротам, студентам-инвалидам;
- помощь студентам в решении правовых вопросов, связанных с жизнью института;
- проведение консультаций для студентов по социально-правовым вопросам, подготовка соответствующих информационных материалов;
- регистрация льготных категорий студентов;
- социальная защита студентов;
- оказание помощи в оформлении стипендий;
- правовая поддержка студентов;
- осуществление контроля за соблюдением и исполнением законодательных, нормативно-правовых документов любого уровня, касающихся студентов;
- участие в разработке локальных нормативных актов, регулирующих отношения в сфере учебы, быта, отдыха, охраны здоровья, других вопросов, касающихся социально-экономического положения студентов;
- участие в урегулировании разногласий и коллективных споров (конфликтов) между студентами и администрацией института по вопросам социально-экономического положения студентов.

Профком студентов регулярно организует встречи руководителей института с активом учебных групп (профоргами и старостами) с целью своевременного решения возникающих у молодежи проблем.

В организации воспитательной работы Набережночелнинского института КФУ можно выделить следующие основные принципы, создающие целостность деятельности в этой сфере всего университета:

1. Принцип самоорганизации – обеспечивает развитие форм самоорганизации обучающихся на базе действующих и вновь создаваемых студенческих объединений, основу деятельности которых составляет общность ценностей и интересов; предполагает максимальное содействие любой студенческой инициативе, не противоречащей нравственным и юридическим нормам, при минимальном контроле процессов.

2. Принцип коллегиальности и взаимодополнения – позволяет интенсивно вовлекать студенчество в процесс управления образовательной, научной и инновационной деятельностью вуза, взаимообмена результатами деятельности.

3. Принцип системности и непрерывности обеспечивает преемственность повышения – профессиональных компетенций на различных этапах образования, развития

способности к самоуправлению, формированию индивидуальных карьерных траекторий и профориентации на трудовых рынках.

4. Принцип опосредованности личностных изменений внешним воздействием – обозначает роль социокультурной среды в профессиональном и личностном развитии студентов. Наличие в структуре подразделений, охватывающих практически все области знаний и профессиональной деятельности, создает возможность организации многообразной, полифункциональной среды, способствующей разностороннему творческому самовыражению и самореализации личности обучающихся, сохранению и возрождению нравственных, культурных, научных ценностей и традиций поликультурного общества, воспитанию патриотизма и организации развивающего досуга студенчества.

В институте сформировалась система социальной поддержки студентов и работников, основанная на принципах и соответствующей системе Казанского (приволжского) федерального университета. Основной задачей в этой сфере является создание условий, способствующих сохранению и укреплению здоровья студентов и сотрудников университета: улучшение организации системы питания; организация санаторно-курортного и санаторно-профилактического лечения; расширение форм оказания социальной поддержки и материальной помощи.

Социальная среда вуза позволяет студентам успешно реализовывать свои возможности в широком спектре социальных инициатив (шефство над ветеранами, детьми-сиротами, ведение поисковых работ, развитие студенческого самоуправления, добровольческие движения); воспитание студентов сопровождается психолого-педагогическим мониторингом (программное обеспечение, методики, экспертные системы).

Культурно-массовая работа. Воспитательная деятельность в данной сфере, способствует формированию у студентов способности к творческой самореализации, сохранению и приумножению нравственных и культурных ценностей, созданию условий для досуговой деятельности и развития творчества, самореализации личности студентов. Основные направления деятельности - организация и проведение фестивалей, концертов, праздничных мероприятий, литературных и художественных вечеров.

Основные культурно-массовые мероприятия, проводимые в институте – это традиционные торжественные мероприятия, приуроченные ко Дню знаний, фестиваль «День первокурсника», фестиваль «Студенческая весна»; праздничные мероприятия, приуроченные к годовщине со дня основания Казанского университета. Межнациональный фестиваль «Содружество» собирает на своей сцене студентов вузов и

ссузов города и республики, участвующих в номерах художественной самодеятельности с национальным колоритом культур разных стран и народов. Интеллектуальная Лига института на протяжении пяти лет ежемесячно в течение учебного года собирает в стенах учебно-библиотечного комплекса студентов, стремящихся развить свои познания, эрудицию и смекалку, некоторые игры проходят на татарском языке. Межфакультетские игры КВН с каждым годом все более популярны у студенческого сообщества и успешно соперничают с крупнейшими площадками клуба веселых и находчивых города и республики. Новогодний бал-маскарад – одно из красивейших и торжественных мероприятий института, подготовка к которому ведется на протяжении месяца.

Спортивно-оздоровительная деятельность. Воспитательная деятельность в этой сфере способствует формированию у студентов позитивного отношения к спорту и здоровому образу жизни, привлечению к занятиям с молодежью высококвалифицированных специалистов в области физической культуры и спорта, дополнительному образованию учащейся молодежи в области спортивного туризма и спортивного ориентирования.

Основные спортивно-оздоровительные мероприятия, проводимые в институте: Универсиада среди студентов по 8 видам спорта, туристический слет среди команд отделений института и колледжа, праздник «Сабантуй» для студентов и работников института, кросс Первокурсника, турнир по мини-футболу среди студентов первого курса, Турнир по баскетболу среди студентов первого курса, турнир по мини-футболу среди команд студенческого актива и др.

Студенты института принимают активное и успешное участие в общеуниверситетских мероприятиях, становясь победителями, призерами и лауреатами таких конкурсов и фестивалей как «День первокурсника», ежегодный конкурс «Студент года КФУ», «Студенческая весна КФУ», «Студенческий лидер КФУ», межфакультетский фестиваль «Интеллектуальная весна», открытый конкурс на знание иностранных языков «Полиглот», деловая игра «Карьера: Старт!», профильные школы актива, Международная научно-практическая студенческая конференция «Точка зрения», спартакиада студентов КФУ, легкоатлетические эстафеты и др.

Одним из ключевых аспектов сохранения здоровья студентов является наличие в Набережночелнинском институте КФУ санатория-профилактория. Санаторий-профилакторий специализируется по следующим направлениям: доврачебная помощь (медицинский массаж, лечебное дело, физиотерапия, диетология), санаторно-курортная помощь (терапия, педиатрия, физиотерапия), первичная медико-санитарная помощь (общая врачебная практика), специализированная медицинская помощь (ультразвуковая

диагностика, контроль качества медицинской помощи, урология).

Совместно с поликлиниками города проводятся тематические встречи по профилактике СПИДа, гепатитов, инфекций, передаваемых половым путем, абортот, а также на темы «Профилактика нежелательной беременности», «Репродуктивное здоровье», «Молодежь за ЗОЖ!», «Наркомании - нет!».

Развитие органов студенческого самоуправления. Деятельность органов студенческого самоуправления способствует формированию у студентов активного образа жизни, проявлению гражданской позиции, умению работы в команде, адаптации студентов-первокурсников.

В институте эффективно осуществляют свою деятельность более 30 общественных студенческих организаций и объединений. Основные общественные студенческие организации и объединения:

-первичная профсоюзная организация студентов и аспирантов Набережночелнинского института КФУ,

- редакция сайта профкома студентов и аспирантов СТУДПРОФ.РФ,

- спортивный клуб (спортивные секции: легкая атлетика (лыжные гонки), волейбол (юноши), волейбол (девушки), баскетбол (юноши), баскетбол (девушки), мини-футбол, шахматы, настольный теннис, бадминтон, полиатлон, клуб туризма и альпинизма «Эдельвейс», клуб велотриала «Bravo», футбол,

- студенческий клуб (творческое объединение «РВСЖшникипикчерз», вокальная студия «УНИSONG», музыкальная студия «SOUND TIME», клуб веселых и находчивых, ансамбль народного танца «САЙЯР», танцевальный коллектив «HEADLINE», школа моделей «РАШЕЛЬ», школа брейк-данса «FLAMING HEARTS», театральная студия «Балкыш», молодежное радио «М.Радио», фотоклуб,

- волонтерское объединение «Спорт и здоровье»,

- интеллектуальная лига,

- дискуссионный клуб,

- молодежная служба охраны правопорядка,

- студенческое объединение «ЧУЛМАН»,

- студенческий совет общежития.

Основные мероприятия, проводимые в целях развития студенческого самоуправления: конкурс «Лучшая академическая группа Набережночелнинского института КФУ», адаптационные мероприятия для студентов первого курса «Игра-бродилка», посвящение в первокурсники по отделениям института и колледжа, школа старост и профторгов первого курса, школа актива «Революция в студенческой жизни»,

проект о жизни общественных деятелей, лидеров студенческих объединений «25-ый кадр», военно-спортивные соревнования «Щит Родины», акция «Мин татарча сойлешем!», а также участие в таких общеуниверситетских проектах как «Студент года КФУ», деловая игра «Карьера: Старт!», «Лучшая академическая группа КФУ» и др.

Гражданско-патриотическая деятельность. Одним из приоритетных направлений в работе со студентами во внеучебное время является гражданско-правовая и патриотическая деятельность, в том числе привлечение обучающихся к проведению социальных и благотворительных акций, праздников для детей из детских домов и интернатов, мероприятий, направленных на воспитание патриотических чувств у студентов и любви к своему вузу, городу, стране. В целях привлечения внимания студенческой молодежи к истории, общественной и культурной жизни, научным достижениям института ежегодно проводится конкурс «Almamater», а также конкурсы «История Великой стройки», «Загадки мудрого Марджани», «Вторая Мировая война и послевоенный мир» и др. Студенческая инициатива находит проявление и в этой сфере: силами активистов молодежной службы охраны правопорядка, студенческого объединения «Чулман», ансамбля народного танца «Сайяр» при содействии профкома студентов и аспирантов ежегодно проводятся военно-спортивные эстафеты и соревнования, межнациональные фестивали и акции по привлечению внимания к особенностям национальной культуры, традиционные национальные праздники и вечера памяти.

Профилактика правонарушений в студенческой среде. Основными целями работы в данном направлении воспитательной деятельности являются формирование системы профилактики правонарушений, укрепление общественного порядка и общественной безопасности, вовлечение в эту деятельность государственных органов, студенческих общественных организаций в профилактике правонарушений и борьбе с преступностью. Основные задачи: снижение уровня преступности, активизация работы по профилактике правонарушений, направленной, прежде всего, на борьбу с пьянством, алкоголизмом, наркоманией, преступностью, безнадзорностью несовершеннолетних; активизация и совершенствование нравственного воспитания населения. В этом направлении ведется постоянная работа по отслеживанию студентов «группы риска», проведению таких мероприятий как семинар-форум «Профилактика экстремистских проявлений в студенческой среде, привитие культуры толерантности», семинар-круглый стол «Профилактика экстремизма в студенческой среде», встречи со студентами в рамках реализации Республиканской молодежной антикоррупционной программы «Не дать – не взять!», лекции по профилактике безнадзорности и правонарушений среди

несовершеннолетних сотрудниками администрации Автозаводского района Исполкома города Набережные Челны и др.

Воспитательная деятельность в общежитиях. Воспитательная работа в студенческих общежитиях направлена на формирование нравственных и социальных качеств личности: порядочности, гражданственности и ответственности. Внеучебная деятельность в общежитии направлена на создание воспитывающей среды, включающей наилучшие условия для самостоятельных занятий, пропаганду опыта лучших студентов, проживающих в общежитии, вовлечение их в процесс активной студенческой жизни.

В течение года управлением по молодежной политике, профкомом студентов и аспирантов НЧИ КФУ и студенческим советом общежития реализуются многочисленные мероприятия, направленные на адаптацию студентов в новом месте проживания, вовлечение их в культурно-массовую, спортивно-оздоровительную, общественную и научную деятельность, такие как организационные и информационные собрания, адаптационные мероприятия для студентов первого курса, заселенных в общежитие, соревнования по армспорту, волейболу, баскетболу, мини-футболу, бадминтону, настольному теннису, лыжным гонкам среди студентов, проживающих в общежитии, акции «Мы за чистоту общежития!», «Никотину – Нет!» конкурсы «Лучшая комната общежития», «Лучший новогодний блок», «Мисс и Мистер Общежитие», выездная эстафета «Веселые старты», конкурсы стенгазет и праздничные концерты, посвященные началу и завершению учебного года, Новому году, Дню Защитника Отечества, Международному женскому дню и др.

Информационная работа. Актуальные проблемы студентов, их достижения в науке, учебе, спорте, творчестве, общественной жизни освещаются на странице института веб-портала университета. Высокую популярность имеет сайт профкома студентов и аспирантов Набережночелнинского института КФУ СТУДПРОФ.РФ, ежедневно размещающий информационные материалы о событиях в социально-воспитательной сфере в жизни института, прежде всего в сфере социальной защиты, культурно-массовой и спортивно-оздоровительной работы.

В университете ведется большая научно-исследовательская работа студентов по проблемам молодежи, являющаяся неотъемлемой частью процесса качественной подготовки специалистов.

Сложившаяся в институте воспитательная среда обеспечивает естественность трансляции студентам норм взаимоотношений, общения, организации досуга, быта в общежитии, отношений к будущей профессии, формирует мотивацию учебной деятельности и, следовательно, профессиональную направленность личности будущих

специалистов.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ППСЗ.

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» контроль освоения обучающимися программы подготовки специалистов среднего звена включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации обучающихся, формы, порядок и периодичность ее проведения указываются в Положении о Набережночелнинском институте (филиал) КФУ. Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, утверждается в порядке, предусмотренном Уставом КФУ.

Студенты, обучающиеся в колледже по программе подготовки специалистов среднего звена, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 8 экзаменов и 10 зачетов. В указанное число не входят зачеты по физической культуре.

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС СПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ППСЗ в колледже созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды по разным дисциплинам включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты; примерную тематику курсовых работ, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

В институте также разработаны:

- Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов;
- Положение о фонде оценочных средств по дисциплине (междисциплинарному курсу) программы среднего профессионального образования Набережночелнинского института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

7.2. Программа государственной итоговой аттестации

Программа ГИА соответствует требованиям ФГОС СПО специальности 42.02.01 «Реклама».

Государственная итоговая аттестация проводится в соответствии с Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 августа 2013г. № 968.

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

Государственная аттестация проводится с целью выявления соответствия уровня подготовки и качества выпускника ФГОС СПО в части государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников и дополнительным требованиям образовательного учреждения по 42.02.01 «Реклама» квалификации специалист по рекламе. Выпускная квалификационная работа - обязательный компонент итоговой государственной аттестации, дающий представление об уровне подготовленности выпускника к выполнению функциональных обязанностей специалиста по рекламе и выполняется в форме дипломной работы.

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы является обязательным заключительным этапом обучения студента и имеет своей целью:

систематизацию, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний при решении конкретных практических задач;

развитие навыков организации самостоятельной исследовательской деятельности и овладение методиками исследования, экспериментирования при решении разрабатываемых в дипломной работе проблем и вопросов;

выявление степени профессиональной подготовленности выпускника для самостоятельной работы в условиях развития современного производства.

В ходе выполнения и представления результатов выпускной квалификационной работы студент должен:

показать способность и умение самостоятельно решать задачи профессиональной деятельности, проводить поиск, обработку и изложение информации, научно аргументировать и защищать свою точку зрения, опираясь на теоретические знания, практические навыки и сформированные общие и профессиональные компетенции;

показать достаточный уровень общенаучной и специальной подготовки, соответствующей требованиям ППСЗ и ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама», способность и умения применять теоретические и практические знания при

решении конкретных задач, стоящих перед специалистами в современных условиях;

показать способность к анализу источников по теме с обобщениями и выводами, сопоставлениями и оценкой различных точек зрения;

показать умения систематизировать и анализировать полученные научные данные;

оперировать специальной терминологией.

8. Другие нормативно-методические материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

1. Положение о порядке проведения практики студентов федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (0.1.1.56-06/43/11 от 12 ноября 2011г.);
2. Положение об организации текущего и промежуточного контроля знаний студентов в КФУ (№ 0.1.1.67-06/43/12 от 19 апреля 2012г.);
3. Положение об Учебно-методическом Совете федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.67-06/9/13 от 30 января 2013г.)
4. Положение об академической мобильности студентов, аспирантов, преподавателей и научных сотрудников федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.56-06/51/11).
5. Положение об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011г.).
6. Положение о Компьютерном классе Казанского государственного университета (от 17.05.2009г.)
7. Положение об Учебной программе (№ 0.1.1.56-06/74/11 от 23 декабря 2011г.).
8. Программа развития Казанского федерального университета на 2010 - 2019 годы одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 сентября 2010 г. № 1543-р;
9. Программа повышения конкурентоспособности федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» среди ведущих мировых научно-образовательных центров на 2013–2020 гг.;
10. Положение о проведении конкурса по выявлению и поощрению лучших преподавателей федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.67-06/43/14 от 25 марта 2014г.).

11. Положение о порядке оформления возникновения, приостановления и прекращения отношений между федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» , обучающимися и (или) родителями (законными представителями) несовершеннолетних обучающихся (№ 0.1.1.64-06/50/15 26.01.2015г.).
12. Временный регламент расчета нагрузки профессорско-преподавательского состава федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.67-06/70/14 от 21.05.2014 г.);
13. Регламент движения контингента обучающихся (перевод, восстановление и отчисление студентов) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.56-06/53/11 от 26.10.2011 г.);
14. Регламент учебно-методического комплекса КФУ (№ 0.1.1.56-06/49/11 от 20 октября 2011г.);
15. Регламент об итоговой государственной аттестации выпускников (№ 0.1.1.56-06/76/11 от 26 декабря 2011г.);
16. Регламент разработки и ввода в эксплуатацию электронных образовательных ресурсов федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.56-06/60/11 от 21.11.2011г.);
17. Регламент проведения планового внутреннего аудита факультетов (институтов) в Казанском государственном университете (от 28.02.2008г.).
18. Регламент подготовки и защиты курсовой работы в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.56-06/48/11 от 20.10.2011г.).
19. Регламент о порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (№ 0.1.1.67-06/91/13 от 21.06.2013г.).
20. Положение о классном руководителе Инженерно-экономического колледжа Набережночелнинского института (филиала) КФУ (№ 1.3.1.40-03/09 от 18.02.2016).

21. Положение о рабочей программе дисциплины (междисциплинарного курса) программы подготовки специалистов среднего звена Инженерно-экономического колледжа Набережночелнинского института (филиала) КФУ (№ 1.3.1.40-03/10 от 18.02.2016).
22. Положение о рабочей программе учебной и производственной практики программы подготовки специалистов среднего звена Набережночелнинского института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет (№ 1.3.1.40-03/11 от 18.02.2016).
23. Положение о журнале учебных занятий инженерно-экономического колледжа Набережночелнинского института (филиала) КФУ (№ 1.3.1.40-03/22 от 22.03.2016).
24. ПОЛОЖЕНИЕ о выпускной квалификационной работе по программам подготовки специалистов среднего звена Набережночелнинского института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет (№ 1.3.1.40-03/32 от 19.05.2016).
25. Положение о проведении практики студентов по программам подготовки специалистов среднего звена Набережночелнинского института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет (№ 1.3.1.30.1.0.2-03/17 от 13.03.2015).
26. Положение о предметно-цикловой комиссии Инженерно-экономического колледжа Набережночелнинского института (филиала) КФУ (№1.3.1.30.1.0.2-03/28 от 03.04.2015).
27. Положение об учебном кабинете и мастерской Инженерно-экономического колледжа Набережночелнинского института (филиала) КФУ (№1.3.1.30.1.0.2-03/22 от 23.03.2015).
28. Положение об учебно-методическом комплексе дисциплин (междисциплинарных курсов) и профессиональных модулей программы подготовки специалистов среднего звена Инженерно-экономического колледжа Набережночелнинского института (филиала) КФУ (№ 1.3.1.30.1.0.2.-03/23 от 26.03.2015).
29. Положение об экзамене (квалификационном) программы подготовки специалистов среднего звена Инженерно-экономического колледжа Набережночелнинского института (филиала) КФУ (№ 1.3.1.30.1.0.2.-03/27 от 02.04.2015).

30. Регламент о государственной итоговой аттестации выпускников программ подготовки специалистов среднего звена Набережночелнинского института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет (№ 1.3.1.30.1.0.2.-03/26 от 26.03.2015).

Разработчики **ППССЗ:** Инженерно-экономический колледж
Набережночелнинского института (филиала) КФУ.



УТВЕРЖДАЮ
Директор инженерно-
экономического колледжа
Т.И. Бычкова
« 01 » _____ 09 _____ 2016г.

График учебного процесса Инженерно-экономического колледжа на 2016/2017 учебный год
Очная форма обучения
на базе основного общего образования

Специальность «Реклама»

1 курс

01.09.16 – 25.12.16 - учебные занятия (17.10.16 – 23.10.16 – текущая аттестация)
(28.11.16 – 04.12.16 – текущая аттестация)
26.12.16 – 08.01.17 - каникулы
09.01.17 – 11.06.17 - учебные занятия (27.02.17 – 05.03.17 – текущая аттестация)
(17.04.17 – 23.04.17 – текущая аттестация)
12.06.17 – 25.06.17 - экзаменационная сессия
26.06.17 – 31.08.17 - каникулы

2 курс

01.09.16 – 25.12.16 - учебные занятия (17.10.16 – 23.10.16 – текущая аттестация)
(28.11.16 – 04.12.16 – текущая аттестация)
26.12.16 – 08.01.17 - каникулы
09.01.17 – 14.05.17 - учебные занятия (27.02.17 – 05.03.17 – текущая аттестация)
(17.04.17 – 23.04.17 – текущая аттестация)
15.05.17 – 28.05.17 - учебная практика ПМ.02 «Производство рекламной продукции» (2 нед.)
29.05.17 – 18.06.17 - производственная практика ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной
продукции» (3 нед.)
19.06.17 – 25.06.17 - экзаменационная сессия
26.06.17 – 31.08.17 - каникулы

3 курс

01.09.16 – 04.12.16 - учебные занятия (17.10.16 – 23.10.16 – текущая аттестация)
05.12.16 – 18.12.16 – учебная практика ПМ.02 «Производство рекламной продукции» (2 нед.)
19.12.16 – 25.12.16 – экзаменационная сессия
26.12.16 – 08.01.17 - каникулы
09.01.17 – 30.04.17 - учебные занятия (20.02.17 – 26.02.17 – текущая аттестация)
01.05.17 – 28.05.17 - учебная практика ПМ.05 «Выполнение работ по должности агент рекламный» (4 нед.)
29.05.17 – 25.06.17 - производственная практика ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации
рекламного продукта» (4 нед.)
26.06.17 – 02.07.17 - экзаменационная сессия
03.07.17 – 31.08.17 - каникулы

Министерство образования и науки Российской Федерации



УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы подготовки специалистов среднего звена

Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВО "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

наименование образовательного учреждения (организации)

по специальности среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама
код *наименование специальности*

по программе базовой подготовки

уровень образования основное общее образование

квалификация: специалист по рекламе

форма обучения Очная Срок получения СПО по ППССЗ: 3г 10м год начала подготовки по УП 2016

профиль получаемого профессионального образования гуманитарный
при реализации программы среднего общего образования

Приказ об утверждении ФГОС от 12.05.2014 № 510

СПРАВОЧНИК КОМПЕТЕНЦИЙ

Индекс	Содержание
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 личного 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 личного 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

СПРАВОЧНИК КОМПЕТЕНЦИЙ

Индекс	Содержание
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Вести переговоры с заказчиками, производителями рекламы и средствами массовой информации в качестве посредника по предоставлению рекламных услуг
ПК 5.3	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий
ПК 5.4	Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы
ПК 5.5	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции											
НО	Начальное общее образование												
ОО	Основное общее образование												
БД	Базовые дисциплины	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	
БД.01	Иностранный язык	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	
БД.02	Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 8							
БД.03	Информатика	ОК 4	ОК 5	ОК 8	ОК 11								
БД.04	География	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 8						
БД.05	Естествознание	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 11					
БД.06	Физическая культура	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 6	ОК 7							
БД.07	Основы безопасности жизнедеятельности	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9			
БД.08	Искусство (МХК)	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 6	ОК 7	ОК 8						
ПД	Профильные дисциплины	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 10	ОК 11		
ПД.01	Русский язык и литература	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 11			
ПД.02	История	ОК 2	ОК 4										
ПД.03	Обществознание (включая экономику и право)	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 6	ОК 8	ОК 10						
ПОО	Предлагаемые ОО												
ОГСЭ	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10		
ОГСЭ.04	Физическая культура	ОК 2	ОК 3	ОК 6	ОК 8	ОК 9	ОК 10						
ОГСЭ.01	Основы философии	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9			
ОГСЭ.02	История	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9			
ОГСЭ.03	Иностранный язык	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10		
ЕН	Математический и общий естественнонаучный цикл	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 5.3
ЕН.01	Математика	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10		
ЕН.02	Экологические основы природопользования	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 11				
ЕН.03	Информатика	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 11	ПК 5.3	ПК 5.4
ОП	Общепрофессиональные дисциплины	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3
		ПК 5.1	ПК 5.2	ПК 5.3	ПК 5.4	ПК 5.5							
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 1.1	ПК 1.2	ПК 1.3
		ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3	ПК 5.1	ПК 5.2
		ПК 5.3	ПК 5.4	ПК 5.5									
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 2.1	ПК 2.2								
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 2.1	ПК 2.2								
ОП.03	История изобразительного искусства	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2											
ОП.04	Экономика организации	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.2									
ОП.6	Психология рекламы	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
ОП.7	Рекламный текст	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции											
		ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	
ОП.8	Психология общения												
ПМ	Профессиональные модули												
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5								
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5								
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5								
ПП.01.01	Производственная практика (по профилю специальности)	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5								
ПМ.02	Производство рекламной продукции	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
УП.02.01	Учебная практика	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
ПП.02.01	Производственная практика (по профилю специальности)	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 2.1
		ПК 2.2	ПК 2.3										
ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 3.1	ПК 3.2	
МДК.03.01	Маркетинг в рекламе	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 3.1	ПК 3.2	
МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 3.2		
ПП.03.01	Производственная практика (по профилю специальности)	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 3.1	ПК 3.2	
ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 4.1
		ПК 4.2	ПК 4.3										
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 4.1
		ПК 4.2	ПК 4.3										
ПП.04.01	Производственная практика (по профилю специальности)	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 4.1
		ПК 4.2	ПК 4.3										
ПМ.05	Выполнение работ по должности агент рекламный	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3
		ПК 5.1	ПК 5.2	ПК 5.3	ПК 5.4	ПК 5.5							
УП.05.01	Учебная практика	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 5.1
		ПК 5.2	ПК 5.3	ПК 5.4	ПК 5.5								
ПП.05.01	Преддипломная практика	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ПК 1.1
		ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3
		ПК 5.1	ПК 5.2	ПК 5.3	ПК 5.4	ПК 5.5							

ПЕРЕЧЕНЬ ЛАБОРАТОРИЙ, КАБИНЕТОВ, МАСТЕРСКИХ И ДР.

КАБИНЕТЫ	
1	Социально-экономических дисциплин
2	Иностранного языка (лингвфонные кабинеты)
3	Математики и информатики
4	Истории изобразительных искусств
5	Рисунка и живописи
6	Экологии и безопасности жизнедеятельности
7	Экономики и менеджмента
8	Шрифтовой и художественной графики
9	Цветоведения
10	Проектирования рекламного продукта
11	Методический
12	Русского языка и литературы
13	Истории и обществознания
14	Естествознания
15	Географии
16	Мировой художественной культуры
ЛАБОРАТОРИИ	
1	Информатики и вычислительной техники
2	Компьютерного дизайна
3	Информационных и коммуникационных технологий
4	Компьютерной графики и видеомонтажа
5	Фотолаборатория
МАСТЕРСКИЕ	
1	Багетная
ПОЛИГОНЫ	
1	Мини-типография
СТУДИИ	
1	Видеостудия
2	Фотостудия
СПОРТИВНЫЙ КОМПЛЕКС	
1	Спортивный зал
2	Открытый стадион широкого профиля с элементами полосы препятствий
3	Стрелковый тир
ЗАЛЫ	
1	Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет
2	Актовый зал

ПОЯСНЕНИЯ К УЧЕБНОМУ ПЛАНУ

Настоящий учебный план программы подготовки специалистов среднего звена Набережночелнинского института (филиала) ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014г., зарегистрированного Министерством юстиции РФ (рег. № 32859 от 26.06.2014г.).

Общеобразовательный цикл программы подготовки специалистов среднего звена сформирован в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 413 от 17.05.2012г.

Вариативная часть программы подготовки специалистов среднего звена распределена на основании решений заседаний предметно-цикловых комиссий (ПЦК) Инженерно-экономического колледжа.

392 часов вариативной части направлены на увеличение объема времени по профессиональным модулям для более глубокого освоения знаний, умений и профессиональных компетенций по специальности:

1. 68 часов вариативной части направлены на увеличение времени изучения профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

2. 102 часа вариативной части направлены на увеличение времени изучения профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции».

3. 87 часов вариативной части направлены на увеличение времени изучения профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

4. 135 часов вариативной части направлен на увеличение времени изучения профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

420 часов вариативной части направлены на увеличение времени изучения общепрофессиональных дисциплин.

1. Увеличен объем времени на общепрофессиональные дисциплины в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 «Реклама», т.к. эти дисциплины способствуют успешному овладению профессиональными компетенциями профессиональных модулей

2. Введены дополнительные дисциплины: «Психология рекламы» (54 часа), «Рекламный текст» (42 часа), «Психология общения» (42 часа), так как изучение этих дисциплин способствует более глубокому освоению знаний, умений и профессиональных компетенций профессиональных модулей по специальности.

Увеличение объема часов на общепрофессиональные дисциплины происходит также в интересах дальнейшего продолжения обучения по программам высшего профессионального образования.

68 часов вариативной части направлены на увеличение времени изучения дисциплин математического и общего естественнонаучного учебного цикла: «Экологические основы природопользования» (на 22 часа), что связано с потребностью регионального рынка труда; «Информатика» (на 46 часов), т.к. изучение этой дисциплины способствует успешному освоению профессиональных компетенций.

48 часов вариативной части направлены на увеличение времени изучения дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического учебного цикла. Увеличено время на изучение дисциплин «Основы философии» (на 24 часа), «История» (на 24 часа), что связано с необходимостью расширения

и углубления знаний по данным предметам для дальнейшего продолжения образования; «Иностранный язык» (на 5 часа) для закрепления наиболее сложных тем по данной дисциплине.

Особенности организации учебного процесса:

- 6-и дневная учебная неделя;
- занятия сгруппированы парами.

Консультации для обучающихся предусмотрены из расчета 4 часа на одного обучающегося на каждый учебный год, в том числе в период реализации образовательной программы среднего общего образования.

Формы проведения консультаций: индивидуальные и групповые.


Формы проведения промежуточной аттестации: зачет, дифференцированный зачет, экзамен. Зачет и дифференцированный зачет могут проставляться на основе текущего контроля знаний в течение семестра. Экзамены по дисциплинам и междисциплинарным курсам проводятся во время экзаменационной сессии. По профессиональным модулям проводятся экзамены (квалификационные).

Порядок проведения учебной и производственной практики (по профилю специальности и преддипломной) определяется в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 291 от 18.04.2013г.

Форма проведения государственной итоговой аттестации - защита выпускной квалификационной работы.

Согласовано

Начальник учебно-методического управления


_____ Р.И. Ахметсагиров

Директор инженерно-экономического колледжа


_____ Т.И. Бычкова

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины БД.01 «Иностранный язык» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

Дисциплина является базовой дисциплиной модулю БД.03. «Иностранный язык» в соответствии с ФГОС+ СПО отражает современные тенденции и требования к обучению и практическому владению иностранным языком в повседневном общении и профессиональной деятельности. Учебная дисциплина «Иностранный язык» отражает общую гуманистическую и профессиональную направленность и служит повышению качества образования будущих специалистов по специальности по специальности 42.02.01. «Реклама». Осваивается на первом курсе (1 и 2 семестры). Обучение начинается с вводно-коррективного курса. Кроме обучения основам нормативного произношения вводный курс предполагает повторение и усвоение студентами элементарной грамматики и лексики. Далее ведется работа над развитием всех видов речевой деятельности: говорение, аудирование, чтение и письмо

2. Цель изучения дисциплины

Основная цель преподавания дисциплины «Иностранный язык» - развитие иноязычной коммуникативной компетенции будущего специалиста.

Цель изучения дисциплины «Иностранный язык» определяет ее задачи:

- совершенствование коммуникативных умений в четырех основных видах речевой деятельности (говорении, аудировании, чтении и письме);
- овладение новыми языковыми средствами в соответствии с отобранными темами и сферами общения;
- увеличение объема используемых лексических единиц и развитие навыков оперирования языковыми единицами в коммуникативных целях;
- совершенствование знаний о социокультурной специфике стран изучаемого языка и умений строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике;
- дальнейшее развитие умений объясняться в условиях дефицита языковых средств при получении и передаче иноязычной информации;
- развитие общих и специальных учебных умений, позволяющих совершенствовать учебную деятельность по овладению иностранным языком, удовлетворять с его помощью познавательные интересы в других областях знания;
- развитие способности и готовности к самостоятельному и непрерывному изучению иностранного языка, дальнейшему самообразованию и использованию иностранного языка в других областях знаний;
- повышение общей и коммуникативной культуры будущих специалистов

3. Структура дисциплины

Особое внимание уделяется практическому использованию языка в различных формах коммуникации, совершенствованию владения основными видами чтения, увеличению объема текстов для ознакомительного и поискового чтения, являющихся источником информации и основой для развития и совершенствования умений и навыков устной и письменной речи, формированию собственных высказываний, повышению качества устной речи. Овладение грамматическими навыками для продуктивной речевой деятельности (устная речь) достигается в процессе употребления речевых образцов в ситуациях, близких к реальным, для рецептивной речевой деятельности (чтение) – в процессе чтения аутентичных текстов.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней

устойчивый интерес (ОК1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК4); использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности (ОК5); работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК9); владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК10); Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК 11).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

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

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.

Владеть:

практическими навыками устной и письменной речевой деятельности на иностранном языке в процессе профессиональной деятельности.

Демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

5.Общая трудоемкость дисциплины

175 академических часов

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель: Кошенкова Алла Алексеевна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины БД.02 «Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Дисциплина относится к разделу общеобразовательной подготовки БД «Базовые дисциплины». Изучение дисциплины «Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия» базируется на знаниях основ математики в объеме средней школы. Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы в дальнейшем при изучении других дисциплин и профессиональных модулей.

2. Цель изучения дисциплины

Дисциплина «Математика: алгебра и начала математического анализа, геометрия» ориентирована на достижение следующих целей: формирование представлений о математике как универсальном языке науки, средстве моделирования явлений и процессов, об идеях и методах математики; развитие логического мышления, пространственного воображения, алгоритмической культуры, критичности мышления на уровне, необходимом для будущей профессиональной деятельности, для продолжения образования и самообразования; овладение математическими знаниями и умениями, необходимыми в повседневной жизни, для изучения смежных естественно-научных дисциплин на базовом уровне и дисциплин профессионального цикла, для получения образования в областях, не требующих углубленной математической подготовки; воспитание средствами математики культуры личности, понимания значимости математики для научно-технического прогресса, отношения к математике как к части общечеловеческой культуры через знакомство с историей развития математики, эволюцией математических идей.

3. Структура дисциплины

Алгебра. Начала математического анализа. Элементы комбинаторики, статистики и теории вероятностей. Геометрия.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать: формулы сокращенного умножения; тригонометрические формулы; формулы дифференцирования; понятие корня n -ой, его свойства; понятие степени с рациональным показателем, её свойства; логарифм и его свойства; степенные функции, показательную функцию, логарифмическую функцию, их свойства и графики; первообразные основных функций; перпендикулярность и параллельность в пространстве; многогранники; тела вращения;

уметь: проводить доказательные рассуждения, логически обосновывать выводы, использовать различные языки математики для иллюстрации, интерпретации, аргументации и доказательства; решать широкий класс задач из различных разделов курса; выполнять расчеты практического характера; исследовать математические модели для описания и решения прикладных задач из смежных дисциплин и реальной жизни;

выполнять самостоятельную работу с источниками информации, анализировать, обобщать и систематизировать полученную информацию;

владеть: изученными формулами; законами логики математических рассуждений, их применимостью во всех областях человеческой деятельности.

5. Общая трудоемкость дисциплины

234 академических часа.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен

Составитель Максимкина Наталья Юрьевна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины БД.03 «Информатика» по специальности 42.02.01 «Реклама».

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

Учебная дисциплина «Информатика и ИКТ» (общеобразовательная подготовка) является базовой дисциплиной, формирующей базовые знания, необходимые для освоения специальных дисциплин.

2. Цель изучения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на достижение следующих целей:

овладение умениями использовать базовые системные программные продукты и прикладное программное обеспечение общего назначения для обработки текстовой, графической, числовой информации и поддерживать базы данных;

приобретение опыта поиска и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, проектной деятельности, практической работы с типовыми программами и программами для служебного пользования.

3. Структура дисциплины.

Информация и информационные процессы. Системы счисления и основы логики. Алгебра логики. Моделирование и алгоритмизация. Программирование. Архитектура компьютера. Программное обеспечение компьютера. Информационные технологии: технология обработки текстовой информации, технология обработки числовой информации, технология хранения, поиска и обработки информации, технология обработки графической информации, мультимедийные технологии. Компьютерные коммуникации.

4. Требования к результатам освоения дисциплины.

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК4), использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК5), самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК8), обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК11).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

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

5. Общая трудоемкость дисциплины.

117 академических часов

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель Белова Наталья Васильевна, преподаватель.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины БД.04 «География» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

Дисциплина относится к разделу общеобразовательной подготовки БД «Базовые дисциплины». Изучение дисциплины «География» базируется на знаниях основ географии в объеме средней школы. Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы в дальнейшем при изучении ряда других дисциплин и профессиональных модулей. По содержанию предлагаемый базовый курс географии сочетает в себе элементы общей географии и комплексного географического страноведения.

2. Цель изучения дисциплины

Дисциплина «География» ориентирована на достижение следующих целей: освоение системы географических знаний о целостном, многообразном и динамично изменяющемся мире, взаимосвязи природы, населения и хозяйства на всех территориальных уровнях, географических аспектах глобальных проблем человечества и путях их решения; методах изучения географического пространства, разнообразии его объектов и процессов; овладение умениями сочетать глобальный, региональный и локальный подходы для описания и анализа природных, социально-экономических, геоэкологических процессов и явлений; развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей посредством ознакомления с важнейшими географическими особенностями и проблемами мира, его регионов и крупнейших стран; воспитание патриотизма, толерантности, уважения к другим народам и культурам, бережного отношения к окружающей среде; использование в практической деятельности и повседневной жизни разнообразных географических методов, знаний и умений, а также географической информации; нахождения и применения географической информации, включая карты, статистические материалы, геоинформационные системы и ресурсы Интернета, для правильной оценки важнейших социально-экономических вопросов международной жизни; геополитической и геоэкономической ситуации в России, других странах и регионах мира, тенденций их возможного развития; понимания географической специфики крупных регионов и стран мира в условиях стремительного развития международного туризма и отдыха, деловых и образовательных программ, телекоммуникации, простого общения.

3. Структура дисциплины

Источники географической информации. Политическая карта мира. География населения мира. География мировых природных ресурсов. География мирового хозяйства. Регионы и страны мира. Россия в современном мире. Географические аспекты современных глобальных проблем человечества.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК6); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8).

В результате изучения дисциплины студент должен уметь работать с картами различной тематики и разнообразными статистическими материалами; определять

сущностные характеристики изучаемого объекта; осуществлять самостоятельный выбор критериев для сравнения, сопоставления, оценки и классификации объектов; осуществлять поиск нужной информации по заданной теме в источниках различного типа, в том числе в геоинформационных системах; проводить обоснование суждений, доказательств; объяснение положений, ситуаций, явлений и процессов; владеть основными видами публичных выступлений; презентаций результатов познавательной и практической деятельности.

5.Общая трудоемкость дисциплины

117 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель Ахметшина Алла Борисовна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины БД .05 «Естествознание» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

Учебная дисциплина «Естествознание» является общеобразовательной дисциплиной, формирующей базовые знания, необходимые для освоения специальных дисциплин. Изучение дисциплины «Естествознание» базируется на знаниях «Химия», «Физика», «Биология», «Зоология» в объеме средней школы.

Изучив дисциплину, студенты могут объяснить и применять прикладные знания в области естественных наук, выдвигать гипотезы. Дисциплина «Естествознание» формирует научную картину мира (Н.К.М.), такая картина является важнейшим компонентом в мировоззрении современного члена гражданского общества, необходимым атрибутом ответственного поведения человека в окружающем мире, неотъемлемой частью его профессий самостоятельности, какой бы сферой деятельности он не занимался.

Осваивается на первом курсе (1,2 семестры).

2. Цель изучения дисциплины Основная цель преподавания дисциплины «Естествознание» - ознакомление студентов с дополнительным для них неотъемлемым компонентом единой культуры – естествознанием и формированием целостного взгляда на окружающий мир.

Программа ориентирована на достижение следующих целей:

- освоение знаний о современной естественнонаучной картине мира и методах естественных наук; знакомство с наиболее важными идеями и достижениями естествознания, оказавшими определяющее влияние на развитие техники и технологий;
- овладение умениями применять полученные знания для объяснения явлений окружающего мира, восприятия информации естественно-научного и специального (профессионально значимого) содержания, получаемой из СМИ, ресурсов Интернета, специальной и научно-популярной литературы;
- развитие интеллектуальных, творческих способностей и критического мышления в ходе проведения простейших исследований, анализа явлений, восприятия и интерпретации естественнонаучной информации;
- воспитание убежденности в возможности познания законов природы и использования достижений естественных наук для развития цивилизации и повышения качества жизни;
- применение естественнонаучных знаний в профессиональной деятельности и повседневной жизни для обеспечения безопасности жизнедеятельности; грамотного использования современных технологий; охраны здоровья, окружающей среды.

3. Структура дисциплины

Естествознание. Диалектика. Картина МИРА древних. Формирование механической картины МИРА. Электромагнитная картина МИРА. Квантово-полевая картина МИРА. Химия с элементами экологии. Биология с элементами экологии

4. Требования к результатам освоения дисциплины

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК7), самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься

самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8), обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК11).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

– смысл понятий: естественнонаучный метод познания, электромагнитное поле, электромагнитные волны, квант, эволюция Вселенной, большой взрыв, Солнечная система, галактика, периодический закон, химическая связь, химическая реакция, макромолекула, белок, катализатор, фермент, клетка, дифференциация клеток, ДНК, вирус, биологическая эволюция, биоразнообразие, организм, популяция, экосистема, биосфера, энтропия, самоорганизация;

– вклад великих ученых в формирование современной естественнонаучной картины мира.

–

5. Общая трудоемкость дисциплины

175 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель: Газизова Елена Васильевна, преподаватель.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины БД.06«Физическая культура» по специальности 42.02.01«Реклама».

1.Место дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина «Физическая культура» относится к разделу общеобразовательной подготовки БД «Базовые дисциплины». Имеет прикладной характер – обеспечивает применение практических навыков направленного использования средств физической культуры и спорта на самостоятельных занятиях в будущей жизни и профессиональной деятельности для сохранения и укрепления здоровья, физического совершенствования, достижения жизненных и профессиональных целей. Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных в процессе освоения учебной программы по физической культуре в объеме школьного образования. Дисциплины, для которых «Физическая культура» является предшествующей – концепция современного естествознания, безопасность жизнедеятельности

2.Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Физическая культура» является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизиологической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

В процессе физического воспитания учащихся решаются следующие задачи:

- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельностью;
- овладение технологиями современных оздоровительных систем физического воспитания, обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций;
- приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности, овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.

3. Структура дисциплины.

Общая физическая подготовка (ВФСК ГТО). Легкая атлетика. Баскетбол. Волейбол. Бадминтон. Профессионально-прикладная физическая подготовка.

4. Требования к результатам освоения.

студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество(ОК-2);принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. (ОК 6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен

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

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

владеть: средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития.

5. Общая трудоемкость дисциплины

176 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет.

Составитель: Кудяшев Наиль Хасанович, преподаватель.

**Аннотация рабочей программы учебной дисциплины
БД. 07 «Основы безопасности жизнедеятельности»
по специальности 42.02.01 «Реклама»**

1. Место дисциплины (БД.07) в структуре ППССЗ.

Дисциплина относится к разделу общеобразовательной подготовки БД «Базовые дисциплины». Изучение БД.07 «Основы безопасности жизнедеятельности» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин «Обществознание (включая экономику и право)», «Физическая культура», устанавливает тесную междисциплинарную связь с такими общепрофессиональными дисциплинами как «Экологические основы природопользования», «Безопасность жизнедеятельности».

2. Цель изучения дисциплины (БД.07)

БД «Основы безопасности жизнедеятельности» преследует цели:

- воспитание у обучающихся ответственности за личную безопасность, безопасность общества и государства; ответственного отношения к личному здоровью как индивидуальной и общественной ценности; ответственного отношения к сохранению окружающей природной среды как основы в обеспечении безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства;

- развитие духовных и физических качеств личности, обеспечивающих безопасное поведение человека в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций природного, техногенного и социального характера; потребности вести здоровый образ жизни; необходимых моральных, физических и психологических качеств для выполнения конституционного долга и обязанности гражданина России по защите Отечества;

- освоение знаний: о безопасном поведении человека в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, техногенного и социального характера; о здоровье и здоровом образе жизни; о государственной системе защиты населения от опасных и чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени; об обязанностях граждан по защите государства;

- формирование умений: оценки ситуаций, опасных для жизни и здоровья; безопасного поведения в опасных и чрезвычайных ситуациях; использования средств индивидуальной и коллективной защиты; оказания первой медицинской помощи при неотложных состояниях.:

3. Структура дисциплины (БД.07)

В ходе изучения дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности» учащиеся получают сведения об обороне государства, их организационной структуре, функции и основных боевых задачах, об основных воинских обязанностях. В дисциплине реализованы требования Федеральных законов "Об обороне", "О воинской обязанности и военной службе", "О гражданской обороне", "О защите населения территории от чрезвычайных ситуаций природного, техногенного характера".

4. Требования к результатам освоения дисциплины (БД.07)

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК5); работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение

квалификации (ОК8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК9).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

потенциальные опасности природного, техногенного и социального характера, наиболее часто возникающие в повседневной жизни, их возможные последствия и правила личной безопасности; правила личной безопасности при активном отдыхе в природных условиях; соблюдение мер пожарной безопасности в быту и на природе; о здоровом образе жизни; об оказании первой медицинской помощи при неотложных состояниях; о правах и обязанностях граждан в области безопасности жизнедеятельности; основные поражающие факторы при авариях на химических и радиационных объектах; правила поведения населения при авариях; организация защиты населения при авариях на радиационно-опасных объектах; предназначение, структуру и задачи гражданской обороны; основы российского законодательства об обороне государства и воинской обязанности граждан; историю Вооруженных Сил Российской Федерации и Дни воинской славы России; состав и предназначение Вооруженных Сил Российской Федерации; основные виды воинской деятельности; общие обязанности солдата в бою; основные способы передвижения солдата в бою; государственные и военные символы Российской Федерации.

Уметь:

предвидеть возникновение наиболее часто встречающихся опасных ситуаций по их характерным признакам; принимать решения и грамотно действовать, обеспечивая личную безопасность при возникновении чрезвычайных ситуаций; действовать при угрозе возникновения террористического акта, соблюдая правила личной безопасности; пользоваться средствами индивидуальной и коллективной защиты; правильно выполнять команды в строю и одиночные строевые приемы без оружия; изготавливать простейшие средства защиты органов дыхания; определять свое местонахождение, ориентироваться на местности без карты, совершать движение по азимуту; оказывать первую медицинскую помощь при травмах, ранениях, ожогах, тепловом и солнечном ударе, отморожении, утомлении, отравлении.

Демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания в повседневной жизни.

5. *Общая трудоемкость дисциплины (БД.07)*

117 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель: Павлова Светлана Викторовна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины БД.08 «Искусство (МХК)» по специальности 42.02.01. «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Учебная дисциплина «Искусство (МХК)» (БД.08) является базовой дисциплиной общеобразовательной подготовки в получаемой квалификации специалиста рекламы. Изучив дисциплину, студенты могут ориентироваться в культурно-исторических эпохах, в тенденции развития мировой и отечественной культуры и искусства.

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы в дальнейшем при изучении профессионального модуля ПМ. 01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Осваивается на первом курсе (1 семестр).

2. Цель изучения дисциплины

Знакомство с системой знаний о закономерностях культурно-исторических эпох, направлений и национальных школ в искусстве, ценностях, идеалах, эстетических нормах на примере значимых произведений; воспитание художественно-эстетического вкуса и толерантности к культурным и национальным традициям народов.

3. Структура дисциплины

Художественная культура первобытного мира, Художественная культура Древних цивилизаций, Особенности культуры и искусства западноевропейского средневековья, Особенности культуры средневекового Востока, Культура Возрождения, Культура и искусство XVII века, Культура и искусство Просвещения, Европейская культура XIX века, Основные тенденции в искусстве рубежа XIX – начала XX века, Модернизм и его основные течения в искусстве XX века, Постмодернистическое искусство, Актуальные проблемы современной культуры.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций:

Коды компетенций	Содержание компетенции
1	2
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития
ОК 6	Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

В результате изучения дисциплины студенты должны

знать:

- общие тенденции развития мировой и отечественной культуры и искусства;

- основные произведения и особенности творческого почерка мастеров, обусловленность их творчества от социально-исторических, экономических и др. условий.

уметь:

- самостоятельно мотивированно организовывать свою познавательную деятельность;
- оценивать, сопоставлять и классифицировать феномены культуры и искусства;
- применять знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни.

владеть навыками:

- поиска и критического отбора нужной информации в источниках различного типа;
- основными формами публичных выступлений;
- применения полученных научных и технических знаний различных культурно-исторических условий для обоснования своего творчества.

5.Общая трудоемкость дисциплины

76 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель: Арефьева Светлана Муллануровна – преподаватель.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины (междисциплинарного курса) ПД.01 «Русский язык и литература» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Дисциплина «Русский язык и литература» принадлежит к разделу «Общеобразовательные дисциплины». При изучении этой дисциплины решаются задачи, связанные с формированием общей культуры, развития, воспитания и социализации личности.

2. Цель изучения дисциплины

Основной целью преподавания дисциплины «Русский язык и литература» является закрепление и систематизация знаний о языке как системе, разных языковых уровнях, единицах языка и их взаимодействии между собой; формирование читателя, способного к полноценному восприятию литературных произведений в контексте духовной культуры человечества и подготовленного к самостоятельному общению с искусством слова.

3. Структура дисциплины

Язык и речь. Функциональные стили речи. Лексика и фразеология. Фонетика и орфоэпия. Орфография. Словообразование. Морфология и орфография. Синтаксис и пунктуация.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность (ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий (ОК 5); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК 7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8); обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК 11).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- понятия о нормах русского литературного языка;
- содержание произведений русской, родной и мировой классической литературы, их историко-культурное и нравственно-ценностное влияние на формирование национальной и мировой культуры;
- изобразительно-выразительные возможности русского литературного языка;
- систему стилей языка художественной литературы.

5. Общая трудоемкость дисциплины

468 академических часа.

Форма контроля

Промежуточная аттестация: 2 семестр – экзамен, 1 семестр – зачет.

Составитель: Константинова Анастасия Алексеевна, преподаватель.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ПД.02 «История» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина «История» является частью основной профессиональной образовательной программы БД.04.

Изучение дисциплины устанавливает тесную междисциплинарную связь с такими общепрофессиональными дисциплинами как «Психология», «Основы философии», «Обществознание».

2. Цель изучения дисциплины

Учебная дисциплина «История» преследует цели: воспитание гражданственности, национальной идентичности, развитие мировоззренческих убеждений учащихся на основе осмысления ими исторически сложившихся культурных, религиозных, этнонациональных традиций, нравственных и социальных установок, идеологических доктрин; развитие способности понимать историческую обусловленность явлений и процессов современного мира, определять собственную позицию по отношению к окружающей реальности, соотносить свои взгляды и принципы с исторически возникшими мировоззренческими системами; освоение систематизированных знаний об истории человечества, формирование целостного представления о месте и роли России во всемирно-историческом процессе; овладение умениями и навыками поиска, систематизации и комплексного анализа исторической информации; формирование исторического мышления — способности рассматривать события и явления с точки зрения их исторической обусловленности, сопоставлять различные версии и оценки исторических событий и личностей, определять собственное отношение к дискуссионным проблемам прошлого и современности.

3. Структура дисциплины

Древнейшая история человечества. Цивилизации Древнего мира и Средневековья. Новое время: эпоха модернизации. Новейшее время. Человечество на этапе перехода к информационному обществу. История России – часть всемирной истории. Русь в IX – начале XII вв. Русские земли и княжества в XII – середине XV вв. Российское государство во второй половине XV – XVII вв. Россия в XVIII – начале XX вв. Советское общество в 1917-1945 гг. Советское общество в 1945-1991 гг. Российская Федерация (1991-2013 гг.)

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4).

В результате изучения дисциплины студент 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 в.;
- 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 правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.

Приобрести навыки и умения ориентироваться в современной экономической,

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

5.Общая трудоемкость дисциплины

242 академических часа

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен 2 семестр

Составитель Галиева Елена Ленаровна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ПД .03 «Обществознание (включая экономику и право)» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

Учебная дисциплина «Обществознание» является профессиональной дисциплиной, формирующей базовые знания, необходимые для освоения специальных дисциплин. Изучение дисциплины «Обществознание» базируется на начальном общем образовании. В содержание интегрированного курса программы включен материал по основам философии, экономики, социологии, политологии и права.

Основное назначение учебной дисциплины «Обществознание» – содействовать получению широкого базового образования, способствующего дальнейшему развитию личности. Для специалиста важно понимать роль и место обществознания в жизни современного общества. Для этого студент должен усвоить сущность социальной науки, познакомиться с ее языком и основными методами.

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы в дальнейшем при изучении дисциплины «профессионального цикла».

Дисциплина входит в общеобразовательный цикл и относится к профильным общеобразовательным дисциплинам.

Осваивается на первом курсе (2 семестр).

2. Цели освоения дисциплины:

развитие личности в период ранней юности, ее духовно-нравственной и политической культуры, социального поведения, основанного на уважении принятых в обществе норм, способности к личному самоопределению и самореализации;

воспитание гражданской ответственности, национальной идентичности, толерантности, приверженности гуманистическим и демократическим ценностям, закрепленным в Конституции Российской Федерации;

овладение системой знаний об обществе, его сферах, необходимых для успешного взаимодействия с социальной средой и выполнения типичных социальных ролей человека и гражданина;

овладение умением получать и осмысливать социальную информацию, освоение способов познавательной, коммуникативной, практической деятельности, необходимых для участия в жизни гражданского общества и государства;

формирование опыта применения полученных знаний и умений для решения типичных задач в области социальных отношений; гражданской и общественной деятельности, межличностных отношений, отношений между людьми различных национальностей и вероисповеданий, в семейно-бытовой сфере; для соотнесения своих действий и действий других людей с нормами поведения, установленными законом.

3. Структура дисциплины

Общество как сложная система. Природа человека, врожденные и приобретенные качества. Познание. Духовная жизнь общества. Социальные отношения. Политика как общественное явление. Право.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать/понимать: биосоциальную сущность человека, основные этапы и факторы социализации личности, место и роль человека в системе общественных отношений;

тенденции развития общества в целом как сложной динамичной системы, а также важнейших социальных институтов;

необходимость регулирования общественных отношений, сущность социальных норм, механизмы правового регулирования;

особенности социально-гуманитарного познания.

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций:

организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность (ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8); владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК10).

5.Общая трудоемкость дисциплины

209 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель: Ерофеева Мария Генриховна, преподаватель.

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины ОГСЭ.01 «Основы философии» по специальности 38.02.04. «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре рабочей программы.

Философия является базовой дисциплиной в цикле общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин, выполняет мировоззренческую, методологическую, критическую, аксиологическую и гуманистическую функцию в обществе. Назначение философии заключается в возвышении человека и обеспечении его совершенствования.

2. Цель изучения дисциплины.

Целью обучения является формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами.

При этом ставятся следующие задачи:

- развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации;
- умение логично формулировать, излагать и аргументировано отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения;
- овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

3. Структура дисциплины

Курс философии состоит из двух частей: исторической и теоретической. В ходе освоения историко-философского раздела студенты знакомятся с процессами смены типов познания в истории человечества, обусловленных спецификой цивилизации и культуры отдельных регионов, стран и исторических эпох, его закономерностями и перспективами. Теоретический раздел курса включает в себя основные проблемы бытия и познания, рассматриваемые как в рефлексивном, так и в ценностном планах.

4. Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате изучения обязательной части цикла учащийся должен:

уметь:

Ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основе формирования культуры гражданина и будущего специалиста;

знать:

Основные категории и понятия философии; роль философии в жизни человека и общества; основы философского учения о бытие, сущность процесса познания, основы научных, философских и религиозных картин мира; об условиях формирования личности, свободы и ответственности за сохранения жизни, культуры и окружающей среды; о социально-этических проблем, связанных с развитием и использованием достижений науки техники и технологии

приобрести:

навыки и умения работы с литературой научного и методологического содержания, библиографической работы, подготовки рефератов и статей, оппонирования, публичного выступления.

Техник по компьютерным сетям должен обладать общими компетенциями:

ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9.

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

ОК-2-организовать собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК-3-принимать решения в стандартных и не стандартных 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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

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

ОК-8-самостоятельно организовывать задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК-9-ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины.

94 академических часов

Форма контроля:

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель - Грудева Любовь Юрьевна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОГСЭ.02 «История» по специальности 38.02.04. «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

Учебная дисциплина «История» входит в общеобразовательный гуманитарный и социально-экономический цикл. В общеобразовательных учреждениях среднего профессионального образования для студентов, обучающихся на базе основного общего образования учебным планом предусмотрено обязательное изучение курса «История». Рабочая программа включает в себя элементы профессионально направленного содержания, необходимые для усвоения основной профессиональной образовательной программы.

2. Цель изучения дисциплины

Программа учебной дисциплины «История» предназначена для изучения истории в учреждениях среднего профессионального образования, при подготовке специалистов среднего звена.

Программа ориентирована на достижение следующих целей:

- **воспитание** гражданственности, национальной идентичности, развитие мировоззренческих убеждений учащихся на основе осмысления ими исторически сложившихся культурных, религиозных, этнонациональных традиций, нравственных и социальных установок, идеологических доктрин;
- **развитие** способности понимать историческую обусловленность явлений и процессов современного мира, определять собственную позицию по отношению к окружающей реальности, соотносить свои взгляды и принципы с исторически возникшими мировоззренческими системами;
- **освоение** систематизированных знаний об истории человечества, формирование целостного представления о месте и роли России во всемирно-историческом процессе;
- **овладение** умениями и навыками поиска, систематизации и комплексного анализа исторической информации;
- **формирование** исторического мышления — способности рассматривать события и явления с точки зрения их исторической обусловленности, сопоставлять различные версии и оценки исторических событий и личностей, определять собственное отношение к дискуссионным проблемам прошлого и современности

3. Структура дисциплины

Введение. Россия и мир в конце XX – начале XXI вв. Перестройка в СССР и распад социалистического лагеря. Распад СССР. Особенности развития стран Азии в конце XX – начале XXI вв. Африка в конце XX – начале XXI вв. Страны Латинской Америки в конце XX – начале XXI вв. США на рубеже тысячелетий. Европа в конце XX – начале XXI вв. Интеграционные процессы конца XX – начала XXI вв. Россия в 1991-1999 гг. Российская Федерация в 2000-е годы. Локальные и региональные конфликты современности. Научно-технический прогресс. Мир в XXI веке. Международные отношения в современном мире. Место Российской Федерации в современном мире.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций:

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

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

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

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

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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 изучения дисциплины студент должен

Знать:

-основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX-XXI)

-сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX – начале XXI века.

-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 правовых и законодательных актов мирового и регионального значения

Уметь:

-ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире

-выявлять взаимосвязь отечественных, региональных мировых социально-экономических, политических и культурных проблем

Владеть:

-теоретическими знаниями, уметь анализировать факты, делать выводы, обобщать.

-демонстрировать способность и готовность применять полученные знания на практике.

Приобрести навыки и умения работы с литературой научного и методологического содержания, библиографической работы, подготовки рефератов и статей, оппонирования, публичного выступления.

5.Общая трудоемкость дисциплины

92 академических часа

Форма контроля

Итоговая аттестация – дифференцированный зачет

Составитель Галиева Елена Ленаровна преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОГСЭ.03.«Иностранный язык» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1.Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Учебная дисциплина «Иностранный язык» относится к циклу общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин и тесно связана с другими учебными дисциплинами общеобразовательного цикла и профессиональных модулей, направленных на развитие интеллектуальных способностей обучающихся, логического мышления и памяти. Вместе с такими учебными дисциплинами, как «Основы философии», «Литература», «Естествознание» и «История», обучение иностранному языку способствует повышению общей культуры студентов и культуры речи, расширению кругозора обучающихся, расширению общего кругозора и знаний о странах изучаемого языка. Учебная дисциплина «Иностранный язык» отражает общую гуманистическую и профессиональную направленность и служит повышению качества образования будущих специалистов по специальности 42.02.01. «Реклама»

2.Цель изучения дисциплины

Изучение иностранного языка предполагает освоение образовательной программы СПО по дисциплине ОГСЭ.03. «Иностранный язык» в соответствии с ФГОС СПО и отражает современные тенденции и требования к обучению и практическому владению иностранным языком в повседневном общении и профессиональной деятельности.

Основная цель преподавания дисциплины «Иностранный язык» - развитие иноязычной коммуникативной компетенции будущего специалиста.

3.Структура дисциплины

Особое внимание уделяется практическому использованию языка в различных формах коммуникации, совершенствованию владения основными видами чтения, увеличению объема текстов для ознакомительного и поискового чтения, являющихся источником информации и основой для развития и совершенствования умений и навыков устной и письменной речи, формированию собственных высказываний, повышению качества устной речи. Овладение грамматическими навыками для продуктивной речевой деятельности (устная речь) достигается в процессе употребления речевых образцов в ситуациях, близких к реальным, для рецептивной речевой деятельности (чтение) – в процессе чтения аутентичных текстов.

4.Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК4); использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности (ОК5); работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК9); владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК10).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

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

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.

Владеть:

практическими навыками устной и письменной речевой деятельности на иностранном языке в процессе профессиональной деятельности.

Демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

5. Общая трудоемкость дисциплины

203 академических часа

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель: Кошенкова Алла Алексеевна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОГСЭ.04 «Физическая культура» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина «Физическая культура» входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл ППССЗ. Имеет прикладной характер – обеспечивает применение практических навыков направленного использования средств физической культуры и спорта на самостоятельных занятиях в будущей жизни и профессиональной деятельности для сохранения и укрепления здоровья, физического совершенствования, достижения жизненных и профессиональных целей. Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных в процессе освоения учебной программы по физической культуре в объеме школьного образования. Дисциплины, для которых «Физическая культура» является предшествующей – концепция современного естествознания, безопасность жизнедеятельности.

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Физическая культура» является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизиологической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

В процессе физического воспитания студентов решаются следующие задачи:

- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельностью;
- овладение технологиями современных оздоровительных систем физического воспитания, обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций;
- приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности, овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.

3. Структура дисциплины.

Легкая атлетика. Баскетбол. Волейбол. Бадминтон. Футбол. Атлетическая гимнастика. Общая физическая подготовка (ВФСК ГТО). Профессионально-прикладная физическая подготовка. Теоретическая подготовка.

4. Требования к результатам освоения.

Студент по итогам изучения курса должен обладать элементами ряда компетенций: организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8); ориентироваться в условиях частой смены

технологий профессиональной деятельности (ОК 9), владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК10).

В результате изучения дисциплины студент должен

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

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

владеть: средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития.

5. Общая трудоемкость дисциплины

344 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет, дифференцированный зачет.

Составители: Селиверстова Наталья Николаевна , преподаватель.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ЕН.01 «Математика» (общеобразовательная подготовка) по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

Дисциплина относится к разделу общеобразовательной подготовки БД «Базовые дисциплины». Изучение дисциплины «Математика» базируется на знаниях основ математики в объеме средней школы. Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы в дальнейшем при изучении, дисциплины «Бухгалтерский учет», «Экономика организации», а также ряда других дисциплин и профессиональных модулей.

2. Цель изучения дисциплины

Дисциплина «Математика» ориентирована на достижение следующих целей: формирование представлений о математике как универсальном языке науки, средстве моделирования явлений и процессов, об идеях и методах математики; развитие логического мышления, пространственного воображения, алгоритмической культуры, критичности мышления на уровне, необходимом для будущей профессиональной деятельности, для продолжения образования и самообразования; овладение математическими знаниями и умениями, необходимыми в повседневной жизни, для изучения смежных естественно-научных дисциплин на базовом уровне и дисциплин профессионального цикла, для получения образования в областях, не требующих углубленной математической подготовки; воспитание средствами математики культуры личности, понимания значимости математики для научно-технического прогресса, отношения к математике как к части общечеловеческой культуры через знакомство с историей развития математики, эволюцией математических идей.

3. Структура дисциплины

Алгебра. Начала математического анализа. Элементы комбинаторики, статистики и теории вероятностей. Геометрия.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5); Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6); Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК 7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8); Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК 9); Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК 10).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать: формулы сокращенного умножения; тригонометрические формулы; формулы дифференцирования; понятие корня n -ой, его свойства; понятие степени с рациональным показателем, её свойства; логарифм и его свойства; степенные функции, показательную функцию, логарифмическую функцию, их свойства и графики; первообразные основных функций; перпендикулярность и параллельность в пространстве; многогранники; тела вращения;

уметь: проводить доказательные рассуждения, логически обосновывать выводы,

использовать различные языки математики для иллюстрации, интерпретации, аргументации и доказательства; решать широкий класс задач из различных разделов курса; выполнять расчеты практического характера; исследовать математические модели для описания и решения прикладных задач из смежных дисциплин и реальной жизни; выполнять самостоятельную работу с источниками информации, анализировать, обобщать и систематизировать полученную информацию;

владеть: изученными формулами; законами логики математических рассуждений, их применимостью во всех областях человеческой деятельности.

5. Общая трудоемкость дисциплины

77 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет

Составитель Максимкина Наталья Юрьевна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ЕН.02 «Экологические основы природопользования» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ПСССЗ.

Учебная дисциплина «Экологические основы природопользования» является частью основной профессиональной образовательной программы БД.04.

Изучение дисциплины устанавливает тесную междисциплинарную связь с такими общепрофессиональными дисциплинами как «естествознание».

2. Цель изучения дисциплины

формирование у будущих специалистов эколого-экономического кругозора, освоение теоретического фундамента для решения эколого-экономических проблем производства, которые не могут быть ограничены рамками отраслевых наук, а требуют комплексного исследования.

Задачи курса:

- изучение специфики экономических отношений, возникающих в процессе охраны, использования и воспроизводства природных ресурсов;
- рассмотрение экономического механизма рационального природопользования;
- обоснование направлений повышения эколого-экономической эффективности природопользования.

3. Структура дисциплины

Кореквизитом для дисциплины «Экологические основы природопользования» является дисциплина общепрофессионального цикла «Экономика и прогнозирование промышленного природопользования». Пререквизитами для дисциплины «Экологические основы природопользования» являются дисциплины естественнонаучного и математического цикла «Экология», «общепрофессионального цикла». Основы токсикологии и экологическое нормирование», «Экономика и организация производства», «Управление техносферной безопасностью», «Оценка воздействия на окружающую среду, экологическая экспертиза и сертификация».

Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6); Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК 7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8); Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК 11);

В результате освоения дисциплины «Экологические основы природопользования» студент должен

Знать:

- экологические принципы рационального природопользования;
- проблемы использования возобновляемых и невозобновляемых ресурсов, принципы и методы их воспроизводства;
- принципы размещения производства, использования и дезактивации отходов производства;
- основы экологического регулирования и прогнозирования последствий природопользования;

- назначение и правовой статус особо охраняемых территорий.
- цели, организацию управления природопользованием и порядок его взаимодействия с другими сферами управления;

Уметь:

- планировать и осуществлять мероприятия по охране природы;
- планировать меры экономического стимулирования природоохранной деятельности;
- использовать нормативно-правовые основы управления природопользованием,
- разумно сочетать хозяйственные и экологические интересы.

Общая трудоемкость дисциплины

108 академических часов

Форма контроля

Промежуточная аттестация - зачет

Составитель: Рамазанова Зульфира Фанисовна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ЕН.03 «Информатика» (общеобразовательная подготовка) по специальности 42.02.01 «Реклама».

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

Учебная дисциплина «Информатика и ИКТ» (общеобразовательная подготовка) является базовой дисциплиной, формирующей базовые знания, необходимые для освоения специальных дисциплин.

2. Цель изучения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на достижение следующих целей:

овладение умениями использовать базовые системные программные продукты и прикладное программное обеспечение общего назначения для обработки текстовой, графической, числовой информации и поддерживать базы данных;

приобретение опыта поиска и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, проектной деятельности, практической работы с типовыми программами и программами для служебного пользования.

3. Структура дисциплины.

Информация и информационные процессы. Системы счисления и основы логики. Алгебра логики. Моделирование и алгоритмизация. Программирование. Архитектура компьютера. Программное обеспечение компьютера. Информационные технологии: технология обработки текстовой информации, технология обработки числовой информации, технология хранения, поиска и обработки информации, технология обработки графической информации, мультимедийные технологии. Компьютерные коммуникации.

4. Требования к результатам освоения дисциплины.

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5); Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6); Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК 7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8); Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК 9); Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК 11); Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий (ПК 5.3)Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы (ПК 5.4).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- применение программных методов планирования и анализа проведенных работ;
- виды автоматизированных информационных технологий;
- основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (ЭВМ);

- основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации;

5. Общая трудоемкость дисциплины.

127 академических часов

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель Белова Наталья Васильевна, преподаватель.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП.01 «Рисунок с основами перспективы» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина «Рисунок с основами перспективы» является частью основной профессиональной образовательной программы ОП.01.

Дисциплина является основным учебным курсом в системе художественного образования, призвана заложить прочные основы изобразительной грамоты, необходимые будущему специалисту в профессиональной сфере деятельности, способствует развитию творческих способностей обучающихся в ходе приобретения ими специальных знаний, умений и навыков реалистического изображения действительности, формирующей базовые знания, необходимые для освоения специальных дисциплин.

Содержание дисциплины «Рисунок с основами перспективы» связана и является практической составляющей для других дисциплин, таких как «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства»; профессиональных модулей «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», междисциплинарных модулей «Художественное проектирование рекламного продукта», «Разработка творческой концепции рекламного продукта»

2. Цель изучения дисциплины

Основной целью данной дисциплины является приобретение обучающимися основ изобразительной грамоты, привитие им практических навыков в области рисунка, развитие объемно-пространственного восприятия и представления формы, понимания средств и способов построения изображения. Приобретение навыков выполнения рисунка с использованием различных методов построения. Понимание изображения предметов, окружающей среды, фигур человека.

Цель изучения дисциплины «Рисунок с основами перспективы» определяет ее задачи: овладение основами рисунка; приобретение умений и навыков реалистического рисования; формирование художественного мировоззрения; использование полученных знаний в профессиональной деятельности.

3. Структура дисциплины

Раздел 1. Введение. Натурный линейно-конструктивный рисунок.

Раздел 2. Натурный светотональный рисунок натюрморта.

Раздел 3. Перспективное построение геометрических форм и их комбинаций. Тон, тональные отношения.

Раздел 4. Перспективное построение пространства. Интерьер.

Раздел 5. Рисование головы человека и ее деталей.

Раздел 6. Рисунок гипсовой головы.

Раздел 7. Рисунок живой головы. Портрет. Фигура человека.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать общими компетенциями:

Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес- ОК1;

Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество — ОК2;

Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность- ОК3;

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития- ОК4;

Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности- ОК5;

Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями- ОК6;

Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий -ОК7;

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК8;

Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности — ОК9;

Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности - ОК10;

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

Студент по итогам изучения курса должен обладать профессиональными компетенциями:

Осуществлять поиск рекламных идей — ПК 1.1.

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

Разрабатывать авторские рекламные проекты - ПК 1.3

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

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

В результате изучения дисциплины студент 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

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;

5. Общая трудоемкость дисциплины

318 академических часов

Форма контроля - Зачет

Составитель Михайлова Елена Анатольевна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП.02 «Живопись с основами цветоведения» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина «Живопись с основами цветоведения» является частью основной профессиональной образовательной программы ОП.02.

Дисциплина является основным учебным курсом в системе художественного образования, призвана заложить прочные основы изобразительной грамоты, необходимые будущему специалисту в профессиональной сфере деятельности, способствует развитию творческих способностей обучающихся в ходе приобретения ими специальных знаний, умений и навыков реалистического изображения действительности, формирующей базовые знания, необходимые для освоения специальных дисциплин.

Содержание дисциплины «Живопись с основами цветоведения» связана и является практической составляющей для других дисциплин, таких как «Рисунок с основами перспективы», «История изобразительного искусства»; профессиональных модулей.

2. Цель изучения дисциплины

Основной целью дисциплины является изучение основ цветоведения, средств и закономерностей живописи на основе системы натурных постановок с разнообразными по характеру и последовательно усложняющимися задачами (натюрморт, интерьер, фигура человека), приобретение обучающимися основ изобразительной грамоты, привитие им практических навыков в области живописи.

Цель изучения дисциплины «Живопись с основами цветоведения» определяет ее задачи: дать специальные научно-теоретические основы дисциплины, опираясь на законы колористики, и учитывая опыт художников разных школ; приобретение опыта практической работы с цветом, формой, образом; привить понятия структурных композиционных свойств цвета, взаимодействия цвета с плоскостью, объемом и пространством

3. Структура дисциплины

Раздел 1. Предмет «Живопись с основами цветоведения». Основные положения теории цветоведения

Раздел 2. Освоение живописных техник. Практическое применение теоретических положений.

Раздел 3. Теплые и холодные цвета и их применение в живописи. Гуашь. Особенности работы с гуашевыми красками

Раздел 4. Цветовая гамма. Цветовая гармония. Колорит – важнейшее качество живописи и средство образного выражения в живописи.

Раздел 5. Декоративной стилизации в живописной композиции.

Раздел 6. Живопись портрета

Раздел 7. Изобразительные приемы и правила рисования фигуры человека

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать общими компетенциями:
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес- ОК1;

Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество — ОК2;

Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность- ОК3;

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития- ОК4;

Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности- ОК5;

Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями- ОК6;

Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий -ОК7;

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК8;

Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности — ОК9;

Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности - ОК10

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

Студент по итогам изучения курса должен обладать профессиональными компетенциями:

Осуществлять поиск рекламных идей — ПК 1.1.

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

Разрабатывать авторские рекламные проекты - ПК 1.3

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

Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии — ПК2.2

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

– 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;

знать:

- основные положения теории цветоведения;

- способы создания цветовой композиции;

- особенности работы с разными живописными техниками;

- способы создания цветом объема 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

5.Общая трудоемкость дисциплины

441 академических часа

Форма контроля дифференцированный зачет

Составитель Михайлова Елена Анатольевна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП.03 «История изобразительного искусства» специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППСЗ.

«История изобразительного искусства» (ОП.6) является профильным предметом в получаемой квалификации дизайнера. Она входит в состав общепрофессиональных дисциплин «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История дизайна», и служит важной составляющей в профильных предметах; имеет тесную связь с модулями: МДК. 01.01; МДК. 01.02; МДК. 02.01; учебными и профессиональными практиками: УП. 01.01; ПП. 01.01. Осваивается на 2 курсе (4семестр).

2. Цель изучения дисциплины

Теоретическое знакомство с основами искусствоведения; изучение мирового и отечественного искусства в исторической взаимосвязи; рассмотрение памятников культуры с древнейших времен до конца XX века.

3. Структура дисциплины

Введение в историю искусства. Искусство ранних цивилизаций. Античное искусство. Искусство Средних веков и Возрождения. Искусство Западной Европы нового времени XVII-XIX вв. Искусство России XVIII-XIX вв. Искусство Западной Европы и США рубежа XIX - XX вв. Искусство России рубежа XIX - XX вв. Искусство XX вв.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес- ОК1;

Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество — ОК2;

Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность- ОК3;

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития- ОК4;

Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности- ОК5;

Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями- ОК6;

Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий -ОК7;

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК8;

Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности — ОК9;

Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности - ОК10

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

Студент по итогам изучения курса должен обладать профессиональными компетенциями:

Осуществлять поиск рекламных идей — ПК 1.1.

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

В результате изучения дисциплины студент должен знать: природу и содержание искусства, общие тенденции развития; периодизацию и особенности каждого из выделенных периодов; основные ансамбли и отдельные произведения.

Уметь: готовить текущие задания в устной и письменной форме; использовать полученные знания в профессиональной деятельности.

Владеть: практическими навыками работы с научной литературой по предмету и произведениями различных жанров, оформления результатов работы с литературой и произведениями в виде исследования – заметки, тезисы, статьи, каталоги и других форм учебной работы.

5. Общая трудоемкость дисциплины

204 академических часа

Форма контроля- дифференциальный зачет

Составитель Арефьева Светлана Муллануровна.

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП.04 «Экономика организации» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Учебная дисциплина «Экономика организации» относится к циклу общепрофессиональных дисциплин ОП.04., формирующей базовые знания, необходимые для освоения специальных дисциплин. Изучение дисциплины «Экономика организации» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин «Экономика», «Обществознание».

2. Цель изучения дисциплины

Дисциплина «Экономика организации» преследует цель: дать теоретические знания и практические навыки в области организации экономической деятельности на хозяйствующих субъектах.

3. Структура дисциплины

Организация (предприятие) в условиях рынка. Материально-техническая база организации. Кадры предприятия и оплата труда. Основные технико-экономические показатели деятельности организации.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес- ОК1;

Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество — ОК2;

Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность- ОК3;

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития- ОК4;

Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности- ОК5;

Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями- ОК6;

Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий -ОК7;

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК8;

Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности — ОК9;

Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности - ОК10

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

Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы (ПК 2.1);

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

Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале (ПК 2.3);

Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта (ПК 3.2).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- сущность организации как основного звена экономики отраслей; основные принципы построения экономической системы организации; управление основными и оборотными средствами и оценку эффективности их использования;

- принципы и методы управления основными и оборотными средствами.

- методы оценки эффективности их использования;
- организацию производственного и технологического процессов;
- состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации, показатели их эффективного использования;
- способы экономии ресурсов, в том числе основные энергосберегающие технологии. механизмы ценообразования, формы оплаты труда;
- основные технико-экономические показатели деятельности организации и методику их расчета.

Демонстрировать способность и готовность: применять полученные знания на практике.

5.Общая трудоемкость дисциплины

258 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен

Составитель Насырова Зиля Камиловна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП.05 «Безопасность жизнедеятельности» по специальности 49.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Безопасность жизнедеятельности относится к профессиональному циклу ОП «Общепрофессиональные дисциплины». Изучение «Безопасность жизнедеятельности» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин «ОБЖ».

2. Цель изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

«Безопасность жизнедеятельности» преследует цели: вооружить обучаемых теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для: идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, антропогенного и техногенного происхождения; прогнозирования развития этих негативных воздействий и оценки последствий их действия; создания комфортного (нормативно допустимого) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; проектирования и эксплуатации техники, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности; разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий; обеспечения устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайно опасных ситуациях;

3. Структура дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени и организация защиты населения. Основы военной службы. Основы медицинских знаний и здорового образа жизни.

4. Требования к результатам освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК5); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; (ОК9); осуществлять поиск рекламных идей (ПК1.1); Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы - ПК 1.2; Разрабатывать авторские рекламные проекты – ПК 1.3; Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений – ПК 1.4; Создавать визуальные образы с рекламными функциями – ПК -1.5; Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы (ПК 2.1); создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. (ПК2.2); исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале (ПК2.3); выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка (ПК 3.1); разрабатывать средства продвижения рекламного продукта (ПК 3.2); планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей (ПК4.1); Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее – ПК 4.2; Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт – ПК-4.3;

Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов – ПК 5.1; Вести переговоры с заказчиками, производителями рекламы и средствами массовой информации в качестве посредника по предоставлению рекламных услуг – ПК 5.2; Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком с использованием офисной оргтехники,- ПК-5.3; Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы – ПК-5.4; Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя – ПК-5.5.

В результате изучения дисциплины студент 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.

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.

5.Общая трудоемкость дисциплины«Безопасность жизнедеятельности»

120 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель Шайгарданова Лейсан Халиловна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП.6 «Психология рекламы» по специальности 42.02.01 «Реклама».

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины ОП.6 «Психология рекламы» - дать и закрепить теоретические знания и практические навыки по психологии общения, а также использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни.

2. Место дисциплины в структуре ППСЗ

дисциплина является вариативной и входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл.

3. Структура дисциплины (ОП)

Общие представления о психологии общения. Характеристика перцептивной стороны общения. Механизмы и эффекты межличностного восприятия и понимания в общении

Коммуникативная сторона общения. Обратная связь как важнейший феномен общения. Интерактивная сторона общения. Психологическое влияние и основные стратегии взаимодействия в общении. Формирование и развитие коммуникативной компетентности в общении. Психологические барьеры в общении.

4. Требования к результатам освоения.

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК1); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК4); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК8);

В результате освоения данной дисциплины студент должен знать:

- теоретические и прикладные задачи психологии;
- закономерности общественно-социальной жизни людей;
- основные проблемы и методы психологии;
- динамические процессы, происходящие с человеком во время общения;
- роль психологии общения в воздействии на личность;

уметь:

- использовать психологическую информацию в своей профессиональной деятельности;

- пользоваться социально-психологическими методами;
- психологически мыслить и правильно принимать решения;
- нести ответственность за принятое решение, уважение к человеку и обществу в целом;

- подходить к событиям общественной жизни с психологической точки зрения, используя различные источники информации;

- использовать приобретенные знания в трудовой деятельности;

должен иметь представление о:

- классификации и размерах групп;
- этапах развития коллектива;
- классификации типов темперамента;
- вербальных и невербальных средствах коммуникации;
- технике и приемах общения.

5. Общая трудоемкость дисциплины

81 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет.

Составители: Ахметшина Алла Борисовна. преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП.7 «Рекламный текст» по специальности 42.02.01 «Реклама».

1. Цели освоения дисциплины

Подготовка выпускников к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками.

Подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем.

Подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности.

Подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области маркетинга или коммерции при составлении отчетной документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации стратегий и тактик.

Подготовка выпускников к полноценной социальной и профессиональной деятельности путем ведения здорового образа жизни, обеспечения безопасности жизнедеятельности, владения методами физического воспитания и укрепления здоровья.

2. Место дисциплины в структуре ППСЗ

дисциплина является вариативной и входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл. Для формирования входных знаний, умений и компетенций студента необходимо изучить предшествующие дисциплины: Психология общения, Психология рекламы.

3. Структура дисциплины (ОП)

Методологические основы рекламной деятельности. История рекламы и особенности современного рынка рекламы. Регулирование рекламной деятельности. Средства рекламы

4. Требования к результатам освоения.

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес- ОК1;

Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество — ОК2;

Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность- ОК3;

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития- ОК4;

Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями- ОК6;

Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий -ОК7;

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК8;

Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК 11), осуществлять поиск рекламных идей(ПК1.1); Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы - (ПК 1.2); Разрабатывать авторские рекламные проекты – ПК 1.3; Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений – (ПК 1.4); Создавать визуальные образы с рекламными функциями – (ПК -1.5);

В результате освоения данной дисциплины студент должен

Знать:

– цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения;

- правовое регулирование рекламной деятельности;
- рекламный процесс;
- виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний;
- оценку их эффективности.

Уметь:

- составлять рекламные сообщения;

выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности;

Владеть:

- умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективной рекламы;

- владеть методами исследования и анализа рекламных рынков;

- владеть методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей;

- владеть навыками работы с рекламными агентствами;

- владеть навыками работы с менеджерами рекламных массмедиа;

- владеть современными способами эффективной организации рекламной деятельности.

5. Общая трудоемкость дисциплины

63 академических часа.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет.

Составители: Романов Семен Васильевич преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины ОП.8 «Психология общения» по специальности 42.02.01 «Реклама».

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины ОП.8 «Психология общения» - дать и закрепить теоретические знания и практические навыки по психологии общения, а также использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни.

2. Место дисциплины в структуре ППСЗ

дисциплина является вариативной и входит в общий гуманитарный и социально-экономический цикл.

3. Структура дисциплины (ОП)

Общие представления о психологии общения. Характеристика перцептивной стороны общения. Механизмы и эффекты межличностного восприятия и понимания в общении

Коммуникативная сторона общения. Обратная связь как важнейший феномен общения. Интерактивная сторона общения. Психологическое влияние и основные стратегии взаимодействия в общении. Формирование и развитие коммуникативной компетентности в общении. Психологические барьеры в общении.

4. Требования к результатам освоения.

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес- ОК1;

Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество — ОК2;

Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность- ОК3;

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития- ОК4;

Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями- ОК6;

Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий -ОК7;

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ОК8; ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; (ОК9); вести переговоры с заказчиками, производителями рекламы и средствами массовой информации в качестве посредника по представлению рекламных услуг (ПК5.2)

В результате освоения данной дисциплины студент должен знать:

- теоретические и прикладные задачи психологии;
- закономерности общественно-социальной жизни людей;
- основные проблемы и методы психологии;
- динамические процессы, происходящие с человеком во время общения;
- роль психологии общения в воздействии на личность;

уметь:

- использовать психологическую информацию в своей профессиональной деятельности;
- пользоваться социально-психологическими методами;
- психологически мыслить и правильно принимать решения;
- нести ответственность за принятое решение, уважение к человеку и обществу в целом;

- подходить к событиям общественной жизни с психологической точки зрения, используя различные источники информации;

- использовать приобретенные знания в трудовой деятельности;

должен иметь представление о:

- классификации и размерах групп;

- этапах развития коллектива;

- классификации типов темперамента;

- вербальных и невербальных средствах коммуникации;

- технике и приемах общения.

5.Общая трудоемкость дисциплины

63 академических часа.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – зачет.

Составители: Ахметшина Алла Борисовна, преподаватель

Аннотация рабочей программы междисциплинарного курса МДК 01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место МДК в структуре ППССЗ.

МДК относится к профессиональному модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции». Изучение МДК «Художественное проектирование рекламного продукта» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин «Рекламная деятельность», «Искусство (МХК)», «История изобразительного искусства», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения».

Устанавливает тесную междисциплинарную связь с такими общепрофессиональными дисциплинами как «Реклама в коммуникационном процессе», «Разработка творческой концепции рекламного продукта», «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», «Техника и технологии рекламной фотографии».

2. Цель изучения МДК

МДК «Художественное проектирование рекламного продукта» преследует цели: получение студентами базовых представлений о художественных средствах проектирования рекламного продукта; современных знаний в области художественного проектирования рекламного продукта; основных сведений о графическом дизайне и художественном проектировании в рекламе; знания методов, технологий и приемов дизайна рекламной продукции, ее средств и основных функций; определение места и роли художественного проектирования рекламного продукта; определение базовых основ художественной разработки и создания дизайна рекламной продукции в коммуникационном процессе и исследований в данной области; определения основных количественных и качественных характеристик художественного проектирования рекламного продукта, используемых в рекламной деятельности и коммуникационном процессе; выявление особенностей разработки и создания дизайна рекламной продукции; освоение основных технологий художественного проектирования рекламного продукта.

Достижение поставленных целей и задач позволит ознакомить студентов с избранной профессией, обогатит теоретическим знанием и будет способствовать успешному вхождению в профессиональную среду.

Дисциплина «Художественное проектирование рекламного продукта» дает студенту системное представление о методах и средствах проектирования, композиции рекламного продукта. При подготовке будущего специалиста в данной области важной составляющей является подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации новых конкурентоспособных форм и средств рекламы, стратегии развития бренд-технологий, что лежит в основе рекламной деятельности и сущности художественного проектирования рекламного продукта.

3. Структура МДК

Композиционно-структурные качества рекламного продукта. *Визуальные образы в рекламе. Рекламный текст:* шрифтовой дизайн, его средства и методы. Художественно-выразительные средства в рекламе и их выбор. Методы создания художественной формы в рекламе. Методы моделирования рекламного продукта.

4. Требования к результатам освоения МДК

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4); использовать информационно-

коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК-7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9); владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК-10); Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК-11). Обладать рядом профессиональных компетенций: Осуществлять поиск рекламных идей (ПК 1.1); Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы (ПК 1.2); Разрабатывать авторские рекламные проекты (ПК 1.3); Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений (ПК 1.4); Создавать визуальные образы с рекламными функциями (ПК 1.5);

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

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

Общая трудоемкость МДК

134 академических часа.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель Лоншакова Марина Михайловна, преподаватель

**Аннотация рабочей программы междисциплинарного курса МДК 01.02
«Разработка творческой концепции рекламного продукта» по специальности 42.02.01
«Реклама»**

1. Место дисциплины (МДК) в структуре ППССЗ.

МДК относится к профессиональному модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции». Изучение МДК «Разработка творческой концепции рекламного продукта» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении междисциплинарного курса МДК 01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта», устанавливает взаимосвязь с профессиональными модулями МДК.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале», МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии». Устанавливает тесную междисциплинарную связь с такими общепрофессиональными дисциплинами как «Реклама в коммуникационном процессе», «Рекламная деятельность», «Искусство (МХК)», «История изобразительного искусства», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения».

2. Цель изучения дисциплины (МДК)

МДК «Разработка творческой концепции рекламного продукта» преследует цели: сформировать у студентов теоретический фундамент и выработать комплекс навыков для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных обращений с их вербальными и визуальными составляющими, базовых представлений о художественных средствах разработки рекламного продукта; основных сведений о графическом дизайне и художественном проектировании в рекламе; знаний методов, технологий и приемов дизайна рекламной продукции, ее средств и основных функций; базовых основ художественной разработки и создания дизайна рекламной продукции в коммуникационном процессе и исследований в данной области; определения основных количественных и качественных характеристик художественного проектирования рекламного продукта, используемых в рекламной деятельности; выявления особенностей разработки и создания дизайна рекламной продукции; освоение основных технологий художественного проектирования рекламного продукта.

Достижение поставленных целей и задач позволит ознакомить студентов с избранной профессией, обогатит теоретическим знанием и будет способствовать успешному вхождению в профессиональную среду. А также сформировать у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта. Ознакомить с функциями креаторов, дизайнеров, копирайтеров в рекламном агентстве.

Дисциплина «Разработка творческой концепции рекламного продукта» дает студенту системное представление о методах и средствах проектирования, композиции и последовательной разработки рекламного продукта. При подготовке будущего специалиста в данной области важной составляющей является подготовка выпускников к проектной деятельности в области реализации новых конкурентоспособных форм и средств рекламы, стратегии развития брендинга, что лежит в основе рекламной деятельности и сущности художественного проектирования рекламного продукта.

3. Структура дисциплины (МДК)

Базовые средства для разработки творческой концепции рекламного продукта. *Визуальные образы в рекламе. Рекламный текст.* Информационно-графический комплекс и его виды и направления. Методы выбора художественной формы. Методы проектирования рекламного продукта. Семиотика рекламы. Разработка элементов социальной рекламы и их продвижение. Художественное проектирование наружной рекламы. Принципы формирования творческой концепции и художественного проектирования элементов фирменного стиля и их продвижение.

4. Требования к результатам освоения дисциплины (МДК)

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК-7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9); владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК-10); Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК-11). Обладать рядом профессиональных компетенций: Осуществлять поиск рекламных идей (ПК 1.1); Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы (ПК 1.2); Разрабатывать авторские рекламные проекты (ПК 1.3); Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений (ПК 1.4); Создавать визуальные образы с рекламными функциями (ПК 1.5);

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного образа, текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя;
- уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- методы разработки творческой концепции рекламного продукта;
- навыки работы с графическими пакетами программ рекламной графики;
- методику составления рекламных брифов;
- методики копирайтинга и анализа рекламных текстов;
- средства и методы проектирования рекламной продукции;
- контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- методы взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

Общая трудоемкость дисциплины (МДК)

134 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель Лоншакова Марина Михайловна, преподаватель

Аннотация рабочей программы междисциплинарного курса МДК 02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место МДК в структуре ППССЗ.

МДК относится к профессиональному модулю ПМ.02 «Производство рекламной продукции». Изучение МДК «Выполнение рекламных проектов в материале» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин «Художественное проектирование рекламного продукта», «Разработка творческой концепции рекламного продукта», «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», «Техника и технологии рекламной фотографии», «Техника и технологии рекламного видео». Устанавливает тесную междисциплинарную связь с такими общепрофессиональными дисциплинами как «Реклама в коммуникационном процессе», «Рекламная деятельность», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства».

2. Цель изучения МДК

МДК «Выполнение рекламных проектов в материале» преследует цели: дать обучающимся основные сведения об объектах проектирования в рекламе; знания методов, технологий и приемов создания рекламного проекта в материале; выбора и использования инструментов, оборудования, основных изобразительных средств, материалов при создании модели (макетов, сценариев) рекламного объекта с учётом выбранной технологии, формирование базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки и выполнение в материале рекламного проекта, включая художественно-выразительную и техническую составляющие. Владение принципами разработки, построения и продвижения рекламного проекта в сфере профессиональной деятельности.

3. Структура МДК

Изучение способов изготовления рекламных проектов с использованием необходимых материалов. Разработка и создание рекламных проектов в материале. Технология выполнения рекламных проектов в материале. Подготовка рекламного проекта к производству.

4. Требования к результатам освоения МДК

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК-7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9); владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК-10); Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК-11). Обладать рядом профессиональных компетенций: выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы (ПК 2.1);

создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии (ПК 2.2);
исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале (ПК 2.3);

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- Приемы и принципы составления рекламного текста;
- Композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- Методы проектирования рекламного продукта;
- Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- Методы психологического воздействия на потребителя;
- Технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- Технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- Технологии создания Интернет-рекламы;
- Аппаратное и программное обеспечение.

Приобрести навыки и умения разработки:

- Рекламного проекта в материале;
- Различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- Использования выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы;
- Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- Построения модели (макета, сценария) объекта с учётом выбранной технологии;
- Создания рекламного продукта с учётом аспектов психологического воздействия рекламы и требований заказчиков;
- Подготовки к производству рекламного продукта.

Общая трудоемкость МДК

528 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен

Составитель Лоншакова Марина Михайловна, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Междисциплинарный курс относится к профессиональному модулю ПМ 02 «Производство рекламной продукции». Изучение МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплины «Живопись с основами цветоведения», «Рекламная деятельность», «Реклама в коммуникационном процессе». Осваивается в течение двух семестров: на втором курсе (4 семестр) и на третьем курсе (5 семестр).

2. Цель изучения дисциплины(МДК)

Междисциплинарный курс МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» преследует цели: усвоение системы знаний в области рекламы с использованием информационных технологий, а также формирование у будущих специалистов навыков осуществлять профессиональную деятельность с учетом социального контекста.

3. Структура дисциплины(МДК)

Основы компьютерной графики. Работа с векторными изображениями. Понятие мультимедийных технологий. Работа с растровыми изображениями. Работа с динамическими изображениями. Работа с трёхмерными изображениями.

4. Требования к результатам освоения дисциплины(МДК)

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность(ОК 3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития(ОК 4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности(ОК 5); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями(ОК 6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий(ОК 7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации(ОК 8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК 9); владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК 10); обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК 11); выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы (ПК 2.1); создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии (ПК 2.2); исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале (ПК 2.3).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- форматы графических файлов;
- технологии обработки текстовой и графической информации;
- состав аппаратной части компьютера, используемой непосредственно при работе с графическими изображениями.

с графическими изображениями.

Уметь:

- осуществлять сбор и обработку информации;
- работать в различных графических редакторах;
- применять приемы обработки графических изображений.

5. Общая трудоемкость дисциплины (МДК)

211 академических часов.

Форма контроля (5 семестр): промежуточная аттестация – экзамен

Составитель: Козлова Гульшат Ришатовна, преподаватель

Аннотация рабочей программы междисциплинарного курса МДК 02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место МДК в структуре ППССЗ.

МДК «Техника и технологии рекламной фотографии» является дисциплиной профессионального модуля, формирующей базовые знания, необходимые для освоения профессиональных навыков. Изучение МДК «Техника и технологии рекламной фотографии» базируется на знаниях цветоведения, рисунка и живописи. Изучив дисциплину, студенты могут создавать рекламную фотографию, процессы рекламной деятельности.

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы в дальнейшем при изучении профессионального модуля «Производство рекламной продукции», а также ряда дисциплин и профессиональных модулей.

При изучении МДК «Техника и технологии рекламной фотографии» обращается внимание студентов на её прикладной характер, показывается, где и когда изучаемые теоретические положения и практические навыки могут быть использованы будущими специалистами.

2. Цель изучения МДК

Основная цель преподавания МДК «Техника и технологии рекламной фотографии» - содействовать повышению творческого потенциала студентов посредством получения знаний в области фото, видеоискусства.

Цель изучения МДК «Техника и технологии рекламной фотографии» определяет ее задачи:

- развитие художественного и композиционного мышления при создании фотографического образа;
- установление взаимосвязи структуры фотоизображения с другими видами визуальных искусств;
- развитие умения воспринять содержание фотографии на основе анализа составных элементов произведения;

МДК «Техника и технологии рекламной фотографии» дает студенту системной представление о рекламной фотографии и рекламной индустрии. При подготовке будущего специалиста в области рекламы важной составляющей является подготовка выпускников к творческой деятельности в области рекламной фотографии, что лежит в основе рекламной деятельности и сущности рекламы.

3. Структура МДК

Концепции и сущность предпринимательства. Предпринимательские идеи и их реализация. Базовые и организационно-правовые формы предпринимательства. Предпринимательский риск: сущность, виды, контроль. Анализ эффективности предпринимательской деятельности.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций:

ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)
ОК 11	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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

Знать:

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

Уметь:

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

Владеть:

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

Общая трудоемкость дисциплины

134 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

Составитель Майорова Татьяна Олеговна, преподаватель

Аннотация рабочей программы междисциплинарного курса МДК 02.04 «Техника и технологии рекламного видео» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место МДК в структуре ППССЗ.

МДК «Техника и технологии рекламного видео» является дисциплиной профессионального модуля, формирующей базовые знания, необходимые для освоения профессиональных навыков. Изучение МДК «Техника и технологии рекламного видео» базируется на знаниях основы проектной и компьютерной графики, проектная компьютерная графика и мультимедиа. Изучив дисциплину, студенты могут создавать видео-рекламу, обрабатывать видеoinформацию.

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы в дальнейшем при изучении профессионального модуля «Производство рекламной продукции», а также ряда дисциплин и профессиональных модулей.

При изучении МДК «Техника и технологии рекламного видео» обращается внимание студентов на её прикладной характер, показывается, где и когда изучаемые теоретические положения и практические навыки могут быть использованы будущими специалистами.

2. Цель изучения МДК

Основная цель преподавания МДК «Техника и технологии рекламного видео» - содействовать повышению творческого потенциала студентов посредством получения знаний в области фото, видеоискусства.

Цель изучения МДК «Техника и технологии рекламного видео» определяет ее задачи:

- развитие художественного и композиционного мышления при создании видео композиции;
- установление взаимосвязи структуры видео с другими видами визуальных искусств;
- развитие умения воспринять содержание видеoinформации на основе анализа составных элементов произведения;

МДК «Техника и технологии рекламного видео» дает студенту системное представление о видео-рекламе и рекламной индустрии. При подготовке будущего специалиста в области рекламы важной составляющей является подготовка выпускников к творческой деятельности в области видео-рекламы, что лежит в основе рекламной деятельности и сущности рекламы.

3. Структура МДК

Концепции и сущность предпринимательства. Предпринимательские идеи и их реализация. Базовые и организационно-правовые формы предпринимательства. Предпринимательский риск: сущность, виды, контроль. Анализ эффективности предпринимательской деятельности.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций:

ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)
ОК 11	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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

Знать:

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

Уметь:

7. осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
8. осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
9. использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
10. разрабатывать сценарии для съемок и видеомонтажа рекламы;
11. использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
12. использовать мультимедийные и web – технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

Владеть:

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

Общая трудоемкость дисциплины

175 академических часов.

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен

Составитель Лоншакова Марина Михайловна, преподаватель.

Аннотация рабочей программы междисциплинарного курса МДК 03.01 «Маркетинг в рекламе» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины (МДК) в структуре ППСЗ.

Преподавание дисциплины «Маркетинг в рекламе» должно осуществляться с опорой на знания, полученные студентами в ходе изучения гуманитарных дисциплин, таких как «Культурология», «Философия», «Социология», «Экономика». Сформированные при изучении дисциплины «Маркетинг в рекламе» знания и навыки должны служить основой изучения студентами в дальнейшем дисциплин специализации, таких как «Основы рекламы и публик рилейшнз», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

2. Цель изучения дисциплины (МДК)

МДК «Маркетинг в рекламе» преследует цели: получение теоретических знаний и практических навыков в области современного коммуникационного бизнеса, практических навыков и умений в организации маркетинга рекламы. В результате изучения данного курса студенты должны уяснить основные понятия и положения маркетинга, виды и специфику маркетинговых коммуникаций и место рекламы в системе маркетинга. Особое место уделено взаимосвязи рекламы с другими формами интегрированных маркетинговых коммуникаций. Дисциплине «Маркетинг в рекламе» принадлежит важное место в подготовке выпускников к программирующей деятельности специалиста в области рекламы (участию в информационном маркетинге, в разработке и корректировке концепции органа информации, в планировании работы по продвижению предприятия или издания, в организации рекламных кампаний и анализе ее результатов).

3. Структура дисциплины (МДК)

Маркетинг как современный подход к управлению экономическими и социальными отношениями. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций. Маркетинговая ориентация рекламных агентств и рекламных служб. Социально-этическое и правовое регулирование рекламной деятельности в СМИ. Стратегический маркетинг и стратегическое планирование рекламной деятельности. Реклама в прессе и печатная реклама. Маркетинговые исследования телевизионной и радиорекламы и их воздействие на потребителя. Наружная реклама и реклама на транспорте и в Интернет. Рекламные мероприятия и промоушен. Рекламное сообщение. Сегментация и позиционирование. Анализ восприятия потребителей. Подготовка и проведение рекламной кампании. Рекламный бюджет и эффективность рекламы.

4. Требования к результатам освоения дисциплины (МДК)

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций: понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК1); организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2); принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3); осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4); использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5); работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6); брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК-7); самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8); ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9); Выявлять требования целевых

групп потребителей на основе анализа рынка (ПК-3.1); Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта (ПК – 3.2).

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- сущность и виды рекламы, основных субъектов рекламной деятельности;
- порядок организации и планирования рекламных кампаний;
- основные стратегии разработки рекламных сообщений;
- основные подходы к сегментации и позиционированию;
- пути оценки эффективности рекламы.

Уметь:

- определять цели рекламы и способы их достижения;
- разрабатывать задание для организации рекламной кампании.

Иметь опыт:

- определения причин снижения эффективности рекламной деятельности;
- оценки соответствия рекламных сообщений целям рекламы и особенностям

целевой аудитории.

Демонстрировать способность и готовность: применять полученные знания на практике.

5.Общая трудоемкость дисциплины (МДК)

192 академических часа

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен

Составитель Романов Семен Васильевич, преподаватель

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины МДК 03.02 «Правовое обеспечение рекламной деятельности» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины (МДК) в структуре ППССЗ.

Учебная дисциплина «Правовое обеспечение профессиональной деятельности» является частью цикла общепрофессиональных дисциплин. Право на образование относится к числу основных конституционных прав человека и гражданина. Возникающие при этом общественные отношения нуждаются в надлежащем правовом регулировании. Как следствие в последние годы наблюдается стремительное развитие законодательства, регулирующего отношения в сфере образования. Поскольку эти отношения порой бывают достаточно сложными как по субъектному составу, так и по характеру взаимных прав и обязанностей участников, для правового обеспечения профессиональной деятельности на практике бывает необходимо применение нескольких нормативных актов, зачастую относящихся к разным отраслям права. В связи с этим, важным условием успешного изучения данной дисциплины являются знания, полученные в рамках курса «Основы права».

2. Цель изучения дисциплины (МДК)

Основная цель дисциплины – получение будущими специалистами знаний правовых норм, регулирующих хозяйственную деятельность предприятий. В соответствии с требованиями к уровню подготовки студенты должны уметь ориентироваться в системе действующего законодательства, знать основные нормы права, регулирующего их профессиональную деятельность. При этом они должны свободно и грамотно пользоваться системой российского правоведения, с учетом любых происходящих изменений в условиях рынка, уметь работать с нормативно-правовыми документами, регламентирующими профессиональную деятельность.

3. Структура дисциплины (МДК)

Право на образование относится к числу основных конституционных прав человека и гражданина. Возникающие при этом общественные отношения нуждаются в надлежащем правовом регулировании. Как следствие в последние годы наблюдается стремительное развитие законодательства, регулирующего отношения в сфере образования.

4. Требования к результатам освоения дисциплины (МДК)

В результате освоения дисциплины формируются компетенции:

Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1); Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2); Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3); Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4); Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5); Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6); Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК-7); Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8); Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9); Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта (ПК-3.2).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- иметь представление об основах государственной политики и права в области образования;
- права и обязанности работников в сфере управления образованием;

- основные законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие правоотношения в процессе образовательной деятельности;
- аспекты регулирования трудовых отношений в области образовательного права: коллективный договор, трудовой договор;
- закон Российской Федерации «Об образовании» и механизм реализации данного закона;
- основы семейного права;
- основное содержание международных документов и российского законодательства о правах ребенка;
- роль государственного регулирования в обеспечении занятости населения;
- право социальной защиты граждан;
- понятие дисциплинарной и материальной ответственности работника;
- виды административных правонарушений и административной ответственности;
- нормы защиты нарушенных прав и судебный порядок разрешения споров.

Общая трудоемкость дисциплины (МДК)

105 академических часов

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен

Составитель Харченко Александр Валентинович, преподаватель

Аннотация рабочей программы междисциплинарного курса МДК 04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» по специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплина относится к профессиональному модулю ПМ.04. Основы предпринимательства в рекламной деятельности является основой для прохождения других профессиональных дисциплин и модулей. Дисциплина «Основы предпринимательства в рекламной деятельности» дает студенту системное представление о предпринимательской деятельности в рекламной индустрии. При подготовке будущего специалиста в области рекламы важной составляющей является подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации новых конкурентоспособных товаров и услуг, ассортимента товаров, форм и средств рекламы, стратегии развития логистики организации и бренд-технологий, что лежит в основе современного предпринимательства. «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» устанавливает тесную междисциплинарную связь с профессиональными дисциплинами.

2. Цель изучения дисциплины

Курс «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» преследует цель: формирование знаний и умений в области организации предпринимательской деятельности в рекламной отрасли.

3. Структура дисциплины

Концепции и сущность предпринимательства. Предпринимательские идеи и их реализация. Базовые и организационно-правовые формы предпринимательства. Предпринимательский риск: сущность, виды, контроль. Анализ эффективности предпринимательской деятельности.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент по итогам изучения курса должен обладать рядом компетенций:

ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)
ОК 11	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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 дисциплины студент должен знать:

- специфику организации системы сбыта в фирмах, реализующих рекламную продукцию и услуги;
- уметь организовать систему сбыта и продвижения для маркетинговой деятельности фирмы;
- Приобрести навыки в области организации предпринимательства в рекламной деятельности.

5.Общая трудоемкость дисциплины

438 академических часов

Форма контроля

Промежуточная аттестация – экзамен

Составитель Майорова Татьяна Олеговна. преподаватель

Приложение 5. Программы учебной и производственной практики

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор



Т.И. Бычкова

2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Специальность: 42.02.01 Реклама
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Ахметзянова Л.Р
Рецензент: Замыслова А.Ю

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПЦК «Дизайн и Реклама» М.М. Лоншакова

Протокол заседания ПЦК № 1 от «31» 08 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 1 от «25» 08 2016г.

Набережные Челны
2016г.

Паспорт рабочей программы производственной практики

1.1 Цели производственной практики

Целью производственной практики является разработка и создание дизайна рекламной продукции в условиях производства

1.1 Задачи производственной практики

Задачи учебной практики:

- овладение методами, приемами и принципами разработки рекламного продукта;
- воплощение производственного заказа от технического задания до его исполнения;
 - осуществление выявления особенностей разработки и создания дизайна рекламной продукции в условиях производства;
- знакомство с правилами ведения отчетной документации.
- овладение навыками работы с заказчиком;

1.3 Место производственной практики в структуре ППССЗ

Производственная практика по разработке и созданию дизайна рекламной продукции для получения первоначальных профессиональных навыков осуществляется студентами в 4 семестре и входит в профессиональный модуль ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Производственная практика базируется на основе знаний, полученных студентами после освоения предшествующих дисциплин, таких как: «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Безопасность жизнедеятельности», междисциплинарных курсов «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», «Техника и технологии рекламной фотографии», «Техника и технологии рекламного видео», «Выполнение рекламных проектов в материале», а также таких профессиональных модулей, как «Художественное проектирование рекламного продукта», «Разработка творческой концепции рекламного продукта».

Программа производственной практики для получения первоначальных профессиональных навыков по разработке и созданию дизайна рекламной продукции ориентирована на получение навыков применения и закрепления теоретических знаний в практической деятельности. Практические навыки должны быть использованы для подготовки к сдаче экзамена квалификационного по профессиональному модулю.

1.4 Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в организациях в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в организациях, ориентированных на создание рекламной продукции.

1.5 Место и сроки проведения производственной практики

Производственная практика проводится в соответствии с учебным планом в организациях, оснащенных современным технологическим оборудованием; в организациях по разработке и созданию рекламного продукта.

№	Наименование организации	№ договора
1	Торгово-Промышленная Палата г.Наб.Челны и региона «Закамье»	14-038
2	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	184/09-01
3	ООО «РегионТехСнаб»»	197/10-01
4	ООО "Домкор Проект"	292
5	ООО "ДОМКОР"	751/03-16

Производственная практика проводится в 4 семестре в течение 2 недель (34,5).

1.6 Компетенции, формируемые в результате прохождения производственной

практики.

В процессе прохождения учебной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие компетенции:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК8	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	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
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. Структура и содержание учебной практики

2.1 Общая трудоемкость учебной практики составляет 72 часа.

№	Виды работ на практике	Объем часов
1.	Вводный инструктаж, инструктаж по технике безопасности	2
2.	Ознакомление со структурой и с трудовым распорядком организации.	4
3.	Изучение рекламной документации	10
4.	Назначение и специализация предприятия	5
5.	Структура предприятия	5
6.	Организация и планирование работ на предприятии	5
7.	Основные задачи, решаемые на предприятии	10
8.	Изучение применяемых материалов и технологий	10
9	Выполнение практических работ (задание).	15
10	Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике.	6
Итого		72

2.2 Методическое обеспечение производственной практики.

1. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться следующей нормативной документацией:

- СНиП 12-04-2002 «Безопасность труда»;
- СНиП 3.01.01-85* «Организация Вводный инструктаж, инструктаж по технике безопасности»

2. Ознакомление со структурой и с трудовым распорядком организации, изучение технической документации производится на основании Устава организации и комплекта документов.

3. При изучении рекламной документации руководствоваться следующей литературой:

- Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с.: (ЭР) <http://znanium.com/go.php?id=342116>

4. Изучение назначения и специализации предприятия необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Васильев Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=196365>

5. Изучение структуры предприятия необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Ткаченко О. Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. (ЭР) <http://www.znanium.com/bookread.php?book=429223>

6. Изучение организации и планирование работ на предприятии необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Рекламная деятельность: Учебник / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 282 с. (ЭР) <http://znanium.com/go.php?id=350960>

7. Изучение основных задач, решаемых на предприятии необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Шарков Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебник / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; Межд. Академия бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд. – Москва : Дашков и К', 2011. – 408 с. : ил. – Библиогр.: с. 405-406. – Указ. Терминов: с. 360-404. – Рек. УМО. – Прил.: с. 352-359. – В пер. – ISBN 978-5-394-01143-6.

8. Изучение применяемых материалов и технологий необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для СПО для специальностей: «Дизайн» и «Реклама». М.: Юнити-Дана, 2012. – 239 с. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=390990>

9.Выполнение практических работ (задание) необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Рекламная деятельность: Учебник / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 282 с. (ЭР) <http://znanium.com/go.php?id=350960>

- Эйри Д. Логотип и фирменный стиль [Текст] : руководство дизайнера / Д. Эйри. - Санкт-Петербург : Питер, 2012. - 208 с. : ил. - Алф. указ.терминов: с. 193. - Указ. марок и названий организаций: с. 198. - Загл. и авт. ориг.: Logodesign love. A Guide to Creating Iconic Brand Identities / Airey D.. - ISBN 978-5-459-00289-8. - ISBN 978-0321660763.

10. Для обработки и анализа полученной информации, подготовки отчета по практике студенту необходимо руководствоваться методическими указаниями по написанию отчета по учебной практики по ПМ.01_«Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

3. Условия реализации программы производственной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной практике.

Во время проведения учебной практики используются следующие технологии: лекции, практикоориентируемые технологии.

3.2 Материально-техническое обеспечение производственной практики.

Материально-техническое обеспечение производственной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Организации должны отвечать современным требованиям производства рекламной продукции. Для оформления отчета по практике необходимо:

- компьютерное оборудование с программным обеспечением MSOffice, Adobe Photoshop; Adobe Illustrator; Corel Draw S5.
- комплект производственной документации: утвержденный технический проект, смета проекту;

4. Фонды оценочных средств результатов производственной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения учебной практики.

3.2 Формы оценочных средств результатов производственной практики.

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей	Анализ отчета по производственной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, чертежей.
ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические документы). Отзыв руководителя практики (от

	организации) в виде характеристики
ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты	Отчет по производственной практике
ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Отчет по производственной практике
ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Отчет по производственной практике
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Отчет по производственной практике
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по производственной практике
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной практике
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отчет по производственной практике
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> • Выполнение работ с использованием программ MSOffice, Adobe Photoshop; Adobe Illustrator; Corel DrawS5.
ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Отзыв руководителя практики (от организации)

ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Отчет по учебной практике
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Отчет по учебной практике

Автор: Ахметзянова Л.Р. *Ахмет*
« 31 » августа 2016г.

Рецензент: _____ Ген. директор «Белый глянec» Замыслова А.Ю.
(Ф.И.О., подпись)
« 31 » 08 2016г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



Т.И. Бычкова

2016 г.

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.02 «Производство рекламной продукции»

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Лоншакова М.М.
Рецензент: Замыслова А. Ю.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПЦК «Цикл дизайна и рекламы»: ЛМШ Лоншакова М. М.

Протокол заседания ПЦК № 001 от «31» августа 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 1 от «19» 08 2016г.

г. Набережные Челны, 2016

1. Паспорт рабочей программы учебной практики

1.1. Цели учебной практики

Цели и задачи прохождения учебной практики по профессиональному модулю ПМ.02 «Производство рекламной продукции» соотносятся с общими целями с общими целями ППССЗ по специальности и направлению подготовки специалиста по рекламе. Основной целью учебной практики является получение опыта работы производства рекламной продукции, содействие профориентации студентов как будущих специалистов по рекламе.

Учебная практика по профилю специалиста по рекламе направлена на обобщение и совершенствование практических знаний и навыков профессиональной деятельности, закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий, формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС СПО по профессии.

Целью практики является обобщение и совершенствование знаний и умений студентов по будущей профессии, проверка возможностей самостоятельной работы будущего специалиста по рекламе.

Учебная практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производства рекламной продукции, заказа от технического задания до его исполнения в материале, знакомит с правилами ведения отчетной документации.

1.2. Задачи учебной практики

Учебная практика направлена на:

- разработку рекламных проектов;
- воплощение авторских проектов в материале;
- работу с заказчиком;

Учебная практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации.

1.3. Место производственной практики в структуре ППССЗ

Учебная практика студентов специальности «Реклама» очной формы обучения входит в состав профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции», является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Учебная практика проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и может реализовываться концентрированно.

В ходе учебной практики студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», «Рекламная деятельность» и других. Учебная практика входит в профессиональный модуль ПМ.02 вместе с междисциплинарными курсами 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. И включает в себя знания, полученные ранее на МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта», МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта» входящих в профессиональный модуль «Разработка и создание дизайнера рекламной продукции».

При прохождении учебной практики обращается внимание студентов на то, как и где применяются, полученные ими ранее знания, теоретические положения и практические

навыки и каким образом они могут использоваться будущими специалистами.

1.4. Формы проведения учебной практики

Учебная практика проводится в рекламных агентствах и организациях, имеющих рекламную группу в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных подразделениях, выполняющая работу по заказу предприятия.

1.5 Место и сроки проведения учебной практики

Учебная практика проводится в соответствии с учебным планом в организациях, оснащенных современным технологическим оборудованием, современными компьютерными программами, имеющими практический опыт выполнения рекламной продукции.

№	Наименование организации	№ договора
1	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	184/09-01
2	ООО «КОМ»	01/2003-С
3	ЗАО «Челныводоканал»	5-120
4	ООО «Челнылифт»	1181/169-01
5	ООО «Ремонтный завод»	1195/18-01
6	ОАО Страховая компания «Итиль»	161/09-01
7	Филиал ЗАО Страхования компания «Чулпан»	162/09-01
8	ООО Страховая компания «АСКО»	163/09-01
9	Филиал ОАО «НАСКО Татарстан»	164/09-01
10	ООО «Магнолия»	182/09-01
11	ЗАО «ТАТПРОФ»	183/09-01
12	ООО «Центр АРТ-Дизайна»	01-12-12
13	ОАО «КАМАЗ» - Соглашение о сотрудничестве	0.1.55.11-73/13
14	ООО "Домкор Проект"	292
15	Журнал "Комфортное жильё"	б/н
16	Торгово-Промышленная Палата г.Наб.Челны и региона «Закамье»	14-038
17.	ООО «РегионТехСнаб»»	197/10-01

Осваивается на втором, третьем и четвертом курсе (4, 5 и 7 семестр) в течение 2-х недель в каждом семестре (по 72 часа). Общий объем часов (216 часов)

1.6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате изучения профессионального модуля 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;

- разрабатывать рекламный продукт в материале;

знать:

- технику, технологии и технические средства фото- и 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.

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;
- Демонстрировать способность и готовность:
применять полученные знания на практике.

В результате прохождения практики студент должен подтвердить свои общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице:

Коды компетенций	Содержание компетенции
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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, 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 технологии 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	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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

2. Структура и содержание производственной практики

2.1 Общая трудоемкость практики составляет 216 часов.

№	Виды работ на практике	Объем часов
	2 курс, 4 семестр	72
1.	Вводный инструктаж. Назначение и специализация предприятия.	2
2.	Ознакомление с трудовым распорядком организации	2
3	Назначение и специализация предприятия	10
3.1	Характеристика деятельности предприятия	5
3.2	Планирование работ на предприятии. Организация труда на предприятии	5
4	Основные задачи, решаемые на предприятии	12
4.1	Ознакомление с общими задачами предприятия	6
4.2	Задачи предприятия в области рекламной деятельности	6
5	Изучение применяемых материалов и технологий	14
5.1	Изучение материалов, используемых на предприятии	6
5.2	Изучение применяемых на предприятии рекламных технологий	8
6.	Планирование собственной деятельности	14
6.1	Практическое задание. Фирменный стиль, константы и носители..	7
6.2	Практическое задание. Макет.	7
7.	Выполнение практических работ (задание)	14
7.1	Выполнение индивидуального задания	7
7.2	Выполнение приложения	7
8.	Оформление отчета	4
	3 курс, 5 семестр	72
1.	Вводный инструктаж. Назначение и специализация предприятия.	2
2.	Ознакомление с трудовым распорядком организации	2
3	Назначение и специализация предприятия	10
3.1	Характеристика деятельности предприятия	5
3.2	Планирование работ на предприятии. Организация труда на предприятии	5
4	Основные задачи, решаемые на предприятии	12
4.1	Ознакомление с общими задачами предприятия	6

4.2	Задачи предприятия в области рекламной деятельности	6
5	Изучение применяемых материалов и технологий	14
5.1	Изучение материалов, используемых в технологии и технических средствах фото- и видеосъемки в рекламе.	6
5.2	Изучение применяемых на предприятии рекламных технологий, технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.	8
6.	Планирование собственной деятельности	14
6.1	Практическое задание. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта	7
6.2	Практическое задание. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта	7
7.	Выполнение практических работ (задание)	14
7.1	Выполнение индивидуального задания	7
7.2	Выполнение приложения	7
8.	Оформление отчета	4
4 курс 7 семестр		72
1.	Вводный инструктаж. Назначение и специализация предприятия.	2
2.	Ознакомление с трудовым распорядком организации	2
3	Назначение и специализация предприятия	10
3.1	Характеристика деятельности предприятия	5
3.2	Планирование работ на предприятии. Организация труда на предприятии	5
4	Основные задачи, решаемые на предприятии	10
4.1	Ознакомление с общими задачами предприятия	6
4.2	Задачи предприятия в области рекламной деятельности	6
5	Изучение применяемых материалов и технологий	10
5.1	Изучение материалов, используемых на предприятии	6
5.2	Изучение применяемых на предприятии рекламных технологий	8
6.	Планирование собственной деятельности	20
6.1	Практическое задание. Выполнение задания по разработке рекламного продукта.	10
6.2	Практическое задание. Выполнению рекламного проекта в материале	10
7.	Выполнение практических работ (задание)	14
7.1	Выполнение индивидуального задания	7
7.2	Выполнение приложения	7
8.	Оформление отчета	4
Итого		216

2.2 Методическое обеспечение учебной практики.

1. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться нормативной документацией.

2. Техническая документация предприятия, занимающегося разработкой и производством рекламной продукции.

3. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, (ЭР) <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=429223>

4. Ильин А. И. Планирование на предприятии. Учебное пособие. Мн.: Новое знание, 2010. - 700 с.

5. Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znaniium.com/catalog.php?bookinfo=332300>

6. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znaniium.com/bookread.php?book=257602>

7. Сухов А.Н. Социальная психология: учеб. пособие. Рекомендовано ФГУ «ФИРО»-10е изд. «Академия», 2014. – 240 с.

8. Эрих Гамма, Ричард Хелм, Ральф Джонсон, Джон Влиссидес. Приемы объектно-ориентированного проектирования. Паттерны проектирования. Из-во: Питер, 2013. – 368 с.

9. Для обработки и анализа полученной информации, подготовки отчета по практике студенту необходимо руководствоваться методическими указаниями по написанию отчета по учебной практики по ПМ 02 «Производство рекламной продукции»

3. Условия реализации программы учебной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на учебной практике.

Учебная практика предполагает использование как традиционных для рекламного проектирования форм проведения занятий: сбор и анализ материала к проекту, выполнение проектного поиска, выполнение проектной графики и макета, так и инновационных образовательных технологий. В процессе разработки проекта используются активных и интерактивных формы проведения работы: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств, создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на защитах проектов с фото, аудио- и видеоматериалами по теме, выполнение презентаций проекта.

3.3 Материально-техническое обеспечение учебной практики.

Материально-техническое обеспечение учебной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Организации, занимающиеся разработкой и внедрением дизайн-проектов должны отвечать современным требованиям производства, применять новые технологии, материалы и оборудование.

Для оформления отчета по практике необходимо:

- 1. Компьютерное и мультимедийное оборудование;
- 2. Приборы и оборудование производственного назначения;
- Ссылки на интернет-ресурсы:

1. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru
2. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.
3. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3
4. Сборник ГОСТов по разработке и созданию дизайна рекламной продукции.

Программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 «Реклама» утвержденного приказом Минобрнауки России №510 от 12.05.2014г., положения об Учебной программе ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» №01.1.56-06/74/11 от 23.12.2011г. и учебного плана специальности 42.02.01 «Реклама»

4. Фонды оценочных средств результатов учебной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения учебной практики.

4.2 Формы оценочных средств результатов учебной практики.

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Отзыв руководителя практики (от организации)
ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические документы). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Отчет по учебной практике.
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по учебной практике
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по учебной практике
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отчет по учебной практике.

профессиональных задач, профессионального и личного развития.	
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Изучение нормативной документации по оценке качества продукции и определению его уровня.
ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Отчет по учебной практике.
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Отчет по учебной практике.
ОК.10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Отчет по учебной практике.
ОК.11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Отчет по учебной практике.

Автор: Лоншакова М. М.

« 31 » августа 2016г.



Рецензент: ген. директор ООО «Белый глянec» Замыслова А. Ю.

(Ф.И.О., подпись)

« 31 » августа 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ
Директор

Т.И. Бычкова

« 31 » 08 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ. 02 «Производство рекламной продукции»

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Лоншакова М.М.
Рецензент: Замыслова А.Ю.

СОГЛАСОВАНО: Председатель ПЦК «Дизайн»: М.М. Лоншакова Лоншакова М.М.

Протокол заседания ПЦК № 001 от «31» августа, 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 01 от «29» 08 2016г.

г. Набережные Челны, 2016

1. Паспорт рабочей программы производственной практики

– Цели производственной практики

Целью производственной практики является производство рекламной продукции. Цель производственной практики «Производство рекламной продукции» соотносится с общими целями ФГОС СПО по специальности и направлению подготовки специалиста по рекламе, которые дают студенту опыт работы на производстве, сферы ее применения в рекламе и умения реализовывать проектный замысел с учетом производственных требований.

Производственная практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации. Производственная практика является подготовительной стадией к выполнению выпускной квалификационной работы.

1.2 Задачи производственной практики

- обобщение и совершенствование практических знаний и навыков профессиональной деятельности;
- закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий;
- разработки рекламных проектов;
- воплощение авторских проектов в материале;
- работа с заказчиком;
- воспитание сознательной трудовой и производственной дисциплины.

1.3 Место производственной практики в структуре ППССЗ

Производственная практика студентов специальности 42.02.01 «Реклама» очной формы обучения входит в состав профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции» профессиональной подготовки СПО, осуществляется студентами в седьмом семестре, на четвертом курсе.

Производственная практика базируется на основе знаний, полученных студентами после освоения предшествующих дисциплин, таких как: «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Выполнение рекламных проектов в материале», «Проектная компьютерная графика и мультимедиа».

Виды профессиональной деятельности по профессиональному модулю ПМ.02 " Производство рекламной продукции»:

1. Разработки рекламных проектов;
2. Выполнения авторских проектов в материале;
3. Работы с заказчиком;

1.4 Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в рекламных компаниях и организациях, ведущих рекламно-маркетинговую деятельность в форме проведения маркетингового исследования в области рекламы и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламно-маркетинговых подразделениях.

1.5 Место и сроки проведения производственной практики

Производственная практика по профилю специальности проводится в соответствии с учебным планом в рекламно-маркетинговых организациях, оснащенных современным технологическим оборудованием; в коммерческих, некоммерческих и иных организациях, имеющих рекламно-маркетинговые подразделения:

№	Наименование организации	№ договора
1	ООО «КОМ»	01/2003-С от 16.01.2003, бессрочный
	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	184/09-01 от 07.09.2009, бессрочный
2	ООО «РегионТехСнаб»»	197/10-01 от 01.06.2010 бессрочный
3	ООО «Магнолия»	182/09-01 от 09.07.2009 бессрочный
4	ЗАО «ТАТПРОФ»	183/09-01 от 09.07.2009 бессрочный
5	ООО "ДОМКОР"	751/03-16 от 01.03.2016 бессрочный
6	ООО "Камский Коммерческий банк"	746 от 13.11.2014 бессрочный

Производственная практика проводится в седьмом семестре, на четвертом курсе (72 часа).

1.6 Компетенции, формируемые в результате прохождения производственной практики.

В процессе прохождения производственной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие компетенции:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ
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	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

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

2. Структура и содержание производственной практики

2.1 Общая трудоемкость производственной практики составляет 72 часа.

№	Виды работ на практике	Объем часов
Раздел 1	Назначение и специализация предприятия	3
Тема 1.1	Изучение истории развития предприятия	2
Тема 1.2	Характеристика деятельности предприятия	1
Раздел 2	Структура управления предприятия	3
Тема 2.1	Изучение структуры управления предприятием	2
Тема 2.2	Службы и отделы предприятия	1
Раздел 3	Организация и планирование работ на предприятии	3
Тема 3.1	Изучение организации труда на предприятии	2
Тема 3.2	Планирование работ на предприятии	1
Раздел 4	Основные задачи, решаемые на предприятии	3
Тема 4.1	Ознакомление с общими задачами предприятия	1
Тема 4.2	Изучение задач предприятия в области рекламной деятельности	2
Раздел 5	Изучение применяемых материалов и технологий	16
Тема 5.1	Изучение материалов, используемых на предприятии	8
Тема 5.2	Изучение применяемых на предприятии рекламных технологий	8
Раздел 6	Выполнение практических работ (задание)	34
Тема 6.1	Задание	14
Тема 6.2.	Приложение	20
Тема 6.3.	Оформление отчета	10
Итого		72

2.2 Методическое обеспечение производственной практики.

1. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться следующей нормативной документацией:

– СНиП 12-04-2002 «Безопасность труда в строительстве»;

2. Ознакомление со структурой организации и изучение системы управления организацией производится на основании Устава организации и комплекта рабочей и производственной документации.

3. При изучении организации и планировании работ руководствоваться следующей литературой:

– Поляков В.А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

4. Изучение основных задач, решаемых на предприятии, используется следующая нормативная документация и литература:

– Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=377375>

– Малышева М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". - 2-е изд. - Москва : Дашков и К', 2010. - 160 с. - Библиогр.: с. 159. - В пер. - ISBN 978-5-394-00842-9.

5. При изучении применяемых материалов и технологий следует опираться на следующую литературу:

6. Васильев Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 272 с. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=196365>

7. При выполнении практического задания используется следующая литература:

• Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, (ЭР) <http://www.znanium.com/bookread.php?book=429223>

• Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>

• Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для СПО для специальностей: «Дизайн» и «Реклама». Гриф УМО МО РФ. //Р. Ю. Овчинникова, М.: Юнити-Дана, 2012. – 239 с. ISSN: 978-5-238-01525-5 (15 шт.) <http://www.znanium.com/bookread.php?book=373119>

• Дмитриева Л. М. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 42.02.01 «Реклама» / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 335 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2 . (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=376898>

7. Для обработки и анализа полученной информации, подготовки отчета по практике студенту необходимо руководствоваться методическими указаниями по написанию отчета по производственной практики по ПМ.02 "Производство рекламной продукции"

3. Условия реализации программы производственной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной практике.

Во время проведения учебной практики используются следующие технологии: лекции, практикоориентированные технологии.

3.2 Материально-техническое обеспечение производственной практики.

Материально-техническое обеспечение производственной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Рекламные организации должны отвечать современным требованиям производства рекламной продукции, применять новые технологии, материалы, механизмы и оборудование.

Для оформления отчета по практике необходимо:

- компьютерное оборудование с программным обеспечением MSOffice, Autodesk AutoCAD, Аскон КОМПАС;
- комплект технологической и производственной документации: - отчеты по рекламной деятельности, анализ и отчет маркетингового исследования, организационная структура предприятия, устав предприятия, номенклатура рекламной продукции, журналы работ.

4. Фонды оценочных средств результатов производственной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения производственной практики.

3.3 Формы оценочных средств результатов производственной практики.

Результаты (освоенные компетенции)		Формы оценочных средств
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Выполнение рекламного проекта
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом	Выполнение рекламного проекта. Отчет по производственной практике
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Выполнение рекламного проекта в материале. Отчет по производственной практике
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Анализ отчета по производственной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных отчетов и разработок.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, анкеты). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной практике
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Отчет по производственной практике
ОК 5	Использовать информационно-	Отчет по производственной практике

	коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Отчет по производственной практике
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Выполнение маркетингового исследования
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Отзыв руководителя практики (от организации)

	ненных), результат выполнения заданий	
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Отзыв руководителя практики (от организации)

Автор: Лоншакова М.М.



« 31 » августа 2016г.

Рецензент: ген. директор ООО «Белый глянec» Замыслова А.Ю. _____

« 31 » августа 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ

Директор

Т.И. Бычкова

« 31 » 06 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Романов С.В.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПКЦ «Цикл дизайна и рекламы» М.М. Лоншакова

Протокол заседания ПКЦ № 001 от «31» августа 2016 г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 01 от «29» августа 2016 г.

г. Набережные Челны, 2016 г.

1. Паспорт рабочей программы производственной практики

1.1 Цели производственной практики

Целью производственной практики является обобщение и совершенствование знаний и умений студентов по будущей профессии, проверка возможностей самостоятельной работы будущего специалиста, подготовка материалов к выпускной квалификационной работе. В результате ее прохождения (по профилю специальности) студент должен иметь практический опыт:

- маркетинговых исследований в рекламе;
- дифференцирования понятий и видов субъектов рекламных отношений;
- правового регулирования рекламной деятельности;
- контроля за соблюдением законодательства о рекламе и ответственность за его нарушение;
- работы с заказчиком;

1.2 Задачи производственной практики

Задачи производственной практики:

- закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий;
- формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС СПО по профессии;
- приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности;
- воспитание сознательной трудовой и производственной дисциплины.

1.3 Место производственной практики в структуре ПССЗ

Производственная практика студентов специальности 42.02.01 «Реклама» очной формы обучения входит в состав профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» профессиональной подготовки СПО. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и может реализовываться концентрированно.

В ходе производственной практики студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Художественное проектирование рекламного продукта», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Ценообразование на рынке рекламных услуг», «Экономика организации», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», а также, таких профессиональных модулей, как «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Маркетинг в рекламе».

При прохождении производственной практики обращается внимание студентов на то, как и где применяются, полученные ими ранее знания, теоретические положения и практические навыки и каким образом они могут использоваться будущими специалистами.

1.4 Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в различных организациях в форме работы с документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных и маркетинговых подразделениях (отделах).

1.5 Место и сроки проведения производственной практики

Производственная практика проводится в соответствии с учебным планом в различных организациях:

	Наименование организации	№ договора
	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	№193/10-01 от 22.01.2010
	ООО «РегионТехСнаб»»	№01-12-03 от 11.03.2012
	ООО «Магнолия»	№01/13-01 от 10.01.2013
	ЗАО «ТАТПРОФ»	№434 от 04.05.2015
	ОАО «ВАМИН-Татарстан»	№485 от 20.05.2015

Производственная практика проводится в 6 семестре в течение 4 недель (144 часа).

1.6 Компетенции, формируемые в результате прохождения производственной практики

В процессе прохождения производственной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций

Коды компетенций	Содержание компетенции
1	2
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

2. Структура и содержание производственной практики

2.1 Общая трудоемкость производственной практики составляет 144 часа.

Виды работ на практике представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Виды работ на практике

Наименование разделов и тем		Кол-во часов
1	2	3
Раздел 1	Назначение и специализация предприятия	8
Тема 1.1	История развития предприятия	4
Тема 1.2	Характеристика деятельности предприятия	4
Раздел 2	Структура предприятия	8
Тема 2.1	Структура управления предприятием	4
Тема 2.2	Службы и отделы предприятия	4
Раздел 3	Организация и планирование работ на предприятии	8
Тема 3.1	Организация труда на предприятии	4
Тема 3.2	Планирование работ на предприятии	4
Раздел 4	Основные задачи, решаемые на предприятии	8
Тема 4.1	Общие задачи	4
Тема 4.2	Задачи предприятия в области дизайна	4
Раздел 5	Изучение применяемых материалов и технологий	18
Тема 5.1	Материалы	6
Тема 5.2	Технологии	12
Раздел 6	Выполнение практических работ (задание)	42
Тема 6.1	Задание	42
Тема 6.2	Приложение	40
Тема 6.3	Оформление отчета	8
	Практические занятия	4
	Всего часов	144

2.2 Методическое обеспечение производственной практики

1. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться следующей нормативной документацией:

- ГОСТ 12.0.004-90 «Организация обучения безопасности труда»;

- Постановление Минтруда РФ и Минобразования РФ №1/29 от 13 января 2003 г. «Об утверждении порядка обучения по охране труда и проверки знаний требований охраны труда работников организаций».

2. Ознакомление со структурой и с трудовым распорядком организации производится на основании Устава организации, должностных инструкций и комплекта рабочей документации.

ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная литература:

1. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник / Е. И. Мазилкина. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 332 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 330. - Гриф УМО. - В пер. - ISBN 978-5-222-18945-0.

2. [Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60х90 1/16. \(переплет\) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ \(ЭР\) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>](#)

3. Поляков В.А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

7.2. Дополнительная литература:

4. Малышева М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". - 2-е изд. - Москва : Дашков и К', 2010. - 160 с. - Библиогр.: с. 159. - В пер. - ISBN 978-5-394-00842-9.

5. Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=377375>

3. Условия реализации программы производственной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной практике

Во время проведения производственной практики используются следующие технологии: лекции, практикоориентируемые технологии.

3.4 Материально-техническое обеспечение производственной практики

В основном обеспечивается производственным предприятием, на котором студент-практикант проходит данную практику.

Перечень наглядных и других пособий:

1. Компьютерное и мультимедийное оборудование;

2. Приборы и оборудование производственного назначения;

3. Ссылки на интернет-ресурсы:

1. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru

2. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.

3. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3

4. Сборник ГОСТов по проектированию дизайн объекта.

4. Фонды оценочных средств результатов производственной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения производственной практики.

4.2 Формы оценочных средств результатов производственной практики

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК.3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Анализ отчета по производственной практике, развернутая беседа с обсуждением процесса выявления целевых групп потребителей. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Анализ отчета по производственной практике. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики. Развернутая беседа с обсуждением процесса разработки средства продвижения рекламного продукта.
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Отчет по производственной практике.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по производственной практике.
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной практике.
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Отчет по производственной практике.
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Отчет по производственной практике.
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Отзыв руководителя практики (от организации).

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Отчет по производственной практике.
---	--

планировать повышение квалификации	
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Отчет по производственной практике.

5. Методы обучения для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Автор: Романов С.В. *С.В. Романов*
« 28 » *08* 2016г.

Рецензент: _____
(Ф.И.О., подпись)
« ____ » _____ 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор



Т.И. Бычкова


2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

**ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного
продукта»**

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Ахметова А.М.
Рецензент: Замыслова А. Ю.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПЦК «Цикл дизайна и рекламы»:  Лоншакова М. М.

Протокол заседания ПЦК № 1 от «31» 08 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 1 от «29» 08 2016г.

г. Набережные Челны, 2016

1. Паспорт рабочей программы производственной практики

1.1. Цели производственной практики

Цели прохождения производственной практики «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» соотносятся с общими целями ППССЗ по специальности и направлению подготовки специалиста по рекламе, которые дают студенту опыт работы на производстве, сферы ее применения в рекламе и умения реализовывать проектный замысел с учетом производственных требований. Производственная практика (по профилю специальности) направлена на:

Основной целью производственной практики является содействие профориентации студентов как будущих специалистов по рекламе.

- обобщение и совершенствование практических знаний и навыков профессиональной деятельности;
- сбор материалов по теме выпускной квалификационной работы;
- закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий;
- воспитание сознательной трудовой и производственной дисциплины.

1.2. Задачи производственной практики

Производственная практика (по профилю специальности) направлена на:

- разработку рекламных проектов;
- воплощение авторских проектов в материале;
- работу с заказчиком;

Производственная практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации. Производственная практика является подготовительной стадией к выполнению выпускной квалификационной работы.

1.3. Место производственной практики в структуре ППССЗ

Производственная практика студентов специальности «Реклама» очной формы обучения входит в состав профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и может реализовываться концентрированно.

В ходе производственной практики студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Художественное проектирование рекламного продукта», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Ценообразование на рынке рекламных услуг», «Экономика организации», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», а также, таких профессиональных модулей, как «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

При прохождении производственной практики обращается внимание студентов на то, как и где применяются, полученные ими ранее знания, теоретические положения и практические навыки и каким образом они могут использоваться будущими специалистами.

1.4. Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, имеющих рекламную группу или бюро в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных подразделениях, выполняя работу по заказу предприятия.

1.5 Место и сроки проведения производственной практики

Производственная практика проводится в соответствии с учебным планом на промышленных предприятиях, оснащенных современным технологическим оборудованием, современными компьютерными программами, в организациях, имеющих практический опыт выполнения рекламной продукции.

№	Наименование организации	№ договора
1	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	№184/09-01
2	ООО «КОМ»	01/2003-С
3	ЗАО «Челныводоканал»	5-120
4	ООО «Челнылифт»	1181/169-01
5	ООО «Ремонтный завод»	1195/18-01
6	ОАО Страховая компания «Итиль»	161/09-01
7	Филиал ЗАО Страхования компания «Чулпан»	162/09-01
8	ООО Страховая компания «АСКО»	163/09-01
9	Филиал ОАО «НАСКО Татарстан»	164/09-01
10	ООО «Магнолия»	182/09-01
11	ЗАО «ТАТПРОФ»	183/09-01
12	ООО «Центр АРТ-Дизайна»	01-12-12
13	ОАО «КАМАЗ» - Соглашение о сотрудничестве	0.1.55.11-73/13
14	ООО "Домкор Проект"	292
15	Журнал "Комфортное жильё"	б/н
16	Торгово-Промышленная Палата г.Наб.Челны и региона «Закамье»	14-038

Осваивается на четвертом курсе (8 семестр) в течение 4-х недель (144 часа).

1.7 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате изучения профессионального модуля 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;

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;
- 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.

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;

Демонстрировать способность и готовность:
применять полученные знания на практике.

В результате прохождения практики студент должен подтвердить свои общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице:

Коды компетенций	Содержание компетенции
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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, 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 технологии 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	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ПК 4.1	Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт
ПК 4.2	Планировать собственную деятельность
ПК 4.3	Контролировать сроки и качество выполнения заданий

2. Структура и содержание производственной практики

2.1 Общая трудоемкость практики составляет 144 часа.

	Виды работ на практике	Объем часов
.	Вводный инструктаж. Назначение и специализация предприятия.	8
.	Ознакомление с характеристикой деятельности и трудовым распорядком организации	2
	Организация и планирование работ на предприятии	10
.1	Организация труда на предприятии	5
.2	Планирование работ на предприятии	5
	Основные задачи, решаемые на предприятии	20
.1	Общие задачи	16
.2	Задачи предприятия в области дизайна	20
	Изучение применяемых материалов и технологий	16
.1	Материалы	6
.2	Технологии	10
.	Планирование собственной деятельности	38
.1	Планирование и прогнозирование	7
.2	Стратегическое планирование	7
.3	Бизнес-планирование	8
.4	Организация взаимодействия на стадии выполнения планов	8
.5	Самоменеджмент	8
	Выполнение практических работ (задание)	46
	Выполнение задания	36
	Приложение	10
.	Оформление отчета	4
	Итого	144

2.2. Методическое обеспечение производственной практики

1. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ

ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, (ЭР) <http://www.znanium.com/bookread.php?book=429223>

2. Ильин А. И. Планирование на предприятии. Учебное пособие. Мн.: Новое знание, 2010. - 700 с.

3. Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>

4. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

5. Сухов А.Н. Социальная психология: учеб. пособие. Рекомендовано ФГУ «ФИРО»-10е изд. «Академия», 2014. – 240 с.

6. Эрих Гамма, Ричард Хелм, Ральф Джонсон, Джон Влссидес. Приемы объектно-ориентированного проектирования. Паттерны проектирования. Из-во: Питер, 2013. – 368 с.

3. Условия реализации программы производственной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной практике.

Производственная практика предполагает использование как традиционных для рекламного проектирования форм проведения занятий: сбор и анализ материала к проекту, выполнение проектного поиска, выполнение проектной графики и макета, так и инновационных образовательных технологий. В процессе разработки проекта используются активных и интерактивных формы проведения работы: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств, создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на защитах проектов с фото, аудио- и видеоматериалами по теме, выполнение презентаций проекта.

3.5 Материально-техническое обеспечение производственной практики.

Материально-техническое обеспечение производственной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Организации, занимающиеся разработкой и внедрением дизайн-проектов должны отвечать современным требованиям производства, применять новые технологии, материалы и оборудование.

Для оформления отчета по практике необходимо:

- 1. Компьютерное и мультимедийное оборудование;
 - 2. Приборы и оборудование производственного назначения;
 - Ссылки на интернет-ресурсы:
5. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru
 6. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.
 7. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3
 8. Сборник ГОСТов по проектированию дизайн объекта.

Программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 «Реклама» утвержденного приказом Минобрнауки России №510 от 12.05.2014г., положения об Учебной программе ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» №01.1.56-06/74/11 от 23.12.2011г. и учебного плана специальности 42.02.01 «Реклама»

4. Фонды оценочных средств результатов производственной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения производственной практики.

ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ:

1. Базы, цели и задачи производственной практики специалиста по рекламе.
2. Особенности, роль и функции технического задания. Составить техническое задание (бриф) к проекту с постановкой задач на проектирование.
3. Функция, структура, этапы и технология разработки рекламного продукта.
4. Руководство проектированием и разработкой технических требований к рекламному продукту в условиях производства.
5. Проблемно-целевой блок в проектировании рекламного продукта.
6. Формирование задания и решение задач по рекламному проектированию с учетом психологии и пожеланий заказчика и общества в целом. Особенности работы с заказчиками и потребителями.
7. Аналог и прототип рекламного продукта. Особенности работы с конкретными проектными материалами: архивными документами, предшествующими проектами других авторов (аналогами) в условиях производства.
8. Организационно-управленческая структура предприятия. Материалы и оборудование производственной среды. Технологические требования на производстве.
9. Организация планирования, разработки и выполнения рекламного проекта.
10. Цели и задачи предпроектного исследования. Моделирование и анализ проблемных ситуаций.
11. Методы решения проектных задач в составе группы специалистов по рекламе и других специалистов на производстве.
12. Функциональные, художественные и технические задачи рекламного проекта.
13. Средства и системы визуальной информации при разработке рекламного проекта.

14. Технологический процесс производства и продвижения рекламного продукта. Правила оформления и подачи рекламных проектов.

15. Художественное решение при проектировании рекламного продукта. Выполнение эскиза с учетом использования техники и технологий и программных средств компьютерной обработки графики.

16. Анализ процесса продвижения рекламного продукта, услуги как товара. Оценка эффективности рекламной кампании.

17. Инструменты и рабочее место специалиста по рекламе на производстве. Описать особенности и требования к нему и построить эргономическую схему.

18. Место и роль рекламной службы в повышении эффективности работы организации. 19. Современные методы изготовления рекламного продукта на базе программных средств компьютерной обработки. Способы визуализации объекта проектирования.

20. Опасные и вредные производственные факторы. Требования к технике безопасности.

21. Портфолио специалиста по рекламе. Описать необходимые требования к нему. Составить собственное портфолио.

22. Вопросы психологического воздействия рекламы на состояние человека в среде.

23. Способы визуализации объекта проектирования.

24. Подготовка авторской документации для регистрации авторских прав.

25. Анализ и систематизация информационного материала, полученного на производственной практике. Структура отчета по производственной практике. Описать содержание и последовательность работы.

4.3 Формы оценочных средств результатов производственной практики.

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК 4.1 Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт	Анализ отчета по производственной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 4.2. Планировать собственную деятельность	Отзыв руководителя практики (от организации)
ПК 4.3. Контролировать сроки и качество выполнения заданий	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические документы). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии,	Отчет по производственной практике.

проявлять к ней устойчивый интерес.	
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по производственной практике
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной практике
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отчет по производственной практике.
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Изучение нормативной документации по оценке качества продукции и определению его уровня.
ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Отчет по производственной практике.

осознанно планировать повышение квалификации.	
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Отчет по производственной практике.

Автор: Ахметова А.М. *Ахмет*
« 31 » августа 2016г.

Рецензент: ген. директор ООО «Белый глянec» Замыслова А. Ю.
« 31 » 08 2016г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ
Директор

 Т.И. Бычкова
« 31 » 08 2016 г.

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.05 «Выполнение работ по должности агент рекламный»

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Романов С.В.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПКЦ «Цикл дизайна и рекламы»  М.М. Лоншакова

Протокол заседания ПКЦ № 001 от «31» августа 2016 г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 01 от «29» 08 2016 г.

г. Набережные Челны, 2016 г.

1. Паспорт рабочей программы учебной практики

1.1 Цели учебной практики

Целью учебной практики является выполнение работ по должности агент рекламный.

1.2 Задачи учебной практики

Задачи учебной практики:

- закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий;
- формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС СПО по профессии;
- приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности;
- воспитание сознательной трудовой и производственной дисциплины.

1.3 Место учебной практики в структуре ППССЗ

Учебная практика по выполнению работ по должности агент рекламный для получения первоначальных профессиональных навыков осуществляется студентами на третьем семестре и входит в профессиональный модуль ПМ.05 «Выполнение работ по должности агент рекламный».

В ходе производственной практики студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Художественное проектирование рекламного продукта», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Ценообразование на рынке рекламных услуг», «Экономика организации», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», а также, таких профессиональных модулей, как «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Маркетинг в рекламе».

Программа учебной практики для получения первоначальных профессиональных навыков по выполнению работ по должности агент рекламный ориентирована на получение навыков применения и закрепления теоретических знаний в практической деятельности. Практические навыки должны быть использованы для подготовки к сдаче квалификационного экзамена по профессиональному модулю.

1.4 Формы проведения учебной практики

Учебная практика проводится в организациях в форме работы с документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных и маркетинговых подразделениях (отделах).

1.5 Место и сроки проведения учебной практики

Учебная практика проводится в соответствии с учебным планом в организациях:

	Наименование организации	№ договора
	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	№193/10-01 от 22.01.2010
	ООО «РегионТехСнаб»	№01-12-03 от 11.03.2012
	НЧИ КФУ Инженерно-экономический колледж	№01/13-01 от 10.01.2013
	ООО «Магнолия»	№434 от 04.05.2015
	ЗАО «ТАТПРОФ»	№485 от 20.05.2015

Учебная практика проводится в 5 семестре в течение 4 недель (144 часа).

1.6 Компетенции, формируемые в результате прохождения учебной практики

В процессе прохождения учебной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций

Коды компетенций	Содержание компетенции
1	2
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Вести переговоры с заказчиками, производителями рекламы и средствами массовой информации в качестве посредника по предоставлению
ПК 5.3	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий
ПК 5.4	Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы

ПК 5.5	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
---------------	--

2. Структура и содержание учебной практики

2.1 Общая трудоемкость учебной практики составляет 144 часа.

Виды работ на практике представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Виды работ на практике

Наименование разделов и тем		Кол-во часов
1	2	3
Раздел 1	Организационно-экономическая характеристика предприятия	10
Тема 1.1	Организационно-правовая форма предприятия	5
Тема 1.2	Виды деятельности и общая схема структурного построения и управления деятельностью рекламного агентства	5
Раздел 2	Комплекс маркетинга, его оценка	10
Тема 2.1	Наличие маркетинговой политики и стратегии РА	5
Тема 2.2	Распространение, наличие политики распределения и продвижения, каналы, формы и методы распределения, наличие и организация работы службы рекламных агентов, оценка рациональности имеющейся системы распространения	5
Раздел 3	Организация и планирование работ на предприятии	10
Тема 3.1	Организация труда на предприятии	5
Тема 3.2	Планирование работ на предприятии	5
Раздел 4	Основные задачи, решаемые на предприятии	10
Тема 4.1	Общие задачи	5
Тема 4.2	Задачи предприятия в области рекламы	5
Раздел 5	Изучение применяемых материалов и технологий	28
Тема 5.1	Материалы	10
Тема 5.2	Технологии	18
Раздел 6	Выполнение практических работ (задание)	54

Тема 6.1	Задание	4
Тема 6.2	Приложение	50
Тема 6.3	Оформление отчета	18
	Практические занятия	4
	Всего часов	144

2.3 Методическое обеспечение учебной практики

2. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться следующей нормативной документацией:

- ГОСТ 12.0.004-90 «Организация обучения безопасности труда»;

- Постановление Минтруда РФ и Минобразования РФ №1/29 от 13 января 2003 г. «Об утверждении порядка обучения по охране труда и проверки знаний требований охраны труда работников организаций».

2. Ознакомление со структурой и с трудовым распорядком организации производится на основании Устава организации, должностных инструкций и комплекта рабочей документации.

ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная литература:

1. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник / Е. И. Мазилкина. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 332 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 330. - Гриф УМО. - В пер. - ISBN 978-5-222-18945-0.

2. [Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60х90 1/16. \(переплет\) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз./ \(ЭР\) http://znaniy.com/catalog.php?bookinfo=332300](http://znaniy.com/catalog.php?bookinfo=332300)

3. Поляков В.А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-90554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znaniy.com/bookread.php?book=257602>

7.2. Дополнительная литература:

4. Малышева М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". - 2-е изд. - Москва : Дашков и К', 2010. - 160 с. - Библиогр.: с. 159. - В пер. - ISBN 978-5-394-00842-9.

5. Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. Режим доступа: <http://znaniy.com/bookread.php?book=377375>

3. Условия реализации программы учебной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на учебной практике

Во время проведения учебной практики используются следующие технологии: лекции, практикоориентируемые технологии.

3.6 Материально-техническое обеспечение учебной практики

В основном обеспечивается производственным предприятием, на котором студент-практикант проходит данную практику.

Перечень наглядных и других пособий:

1. Компьютерное и мультимедийное оборудование;
2. Приборы и оборудование производственного назначения;
3. Ссылки на интернет-ресурсы:
9. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru
10. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.
11. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3
12. Сборник ГОСТов по проектированию дизайн объекта.

4. Фонды оценочных средств результатов учебной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения учебной практики.

4.3 Формы оценочных средств результатов учебной практики

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК.5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением порядка поиска и привлечения клиентов. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
РК.5.2 Вести переговоры с заказчиками, производителями рекламы и средствами массовой информации в качестве посредника по предоставлению	Анализ отчета по учебной практике. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ПК.5.3 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением порядка оформления договорной и финансовой документации. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ПК 5.4 Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	Анализ отчета по учебной практике. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ПК.5.5 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением работы в рекламных акциях в качестве исполнителя. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Отчет по учебной практике.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по учебной практике.

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	Отчет по учебной практике.
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по учебной практике.
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Отчет по учебной практике.
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Отчет по учебной практике.
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Отчет по учебной практике.
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Отчет по учебной практике.
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Отчет по учебной практике.

5. Методы обучения для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Автор: Романов С.В. *С.В. Романов*
«21» *08* 2016г.

Рецензент: _____
(Ф.И.О., подпись)
«31» *август* 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ
Директор

Т.И. Бычкова

« 31 » 08 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Лоншакова М.М.
Рецензент: Замыслова А. Ю.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПЦК «Цикл дизайна и рекламы»:  Лоншакова М. М.

Протокол заседания ПЦК № 004 от «31» августа 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 01 от «29» 08 2016г.

г. Набережные Челны, 2016

1. Паспорт рабочей программы производственной (преддипломной) практики

1.1. Цели производственной (преддипломной) практики

Цели прохождения производственной (преддипломной) практики соотносятся с общими целями ФГОС СПО по специальности и направлению подготовки специалиста по рекламе, которые дают студенту опыт работы на производстве, сферы ее применения в рекламе и умения реализовывать проектный замысел с учетом производственных требований. Производственная (преддипломная) практика проводится с целью закрепления и расширения теоретических и практических знаний студентов, приобретения профессиональных навыков работы по специальности, сбора материала для выпускной квалификационной работы. Сроки проведения и продолжительность практики определяются учебным планом специальности 42.02.01 «Реклама».

Производственная (преддипломная) практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации. Производственная практика является подготовительной стадией к выполнению выпускной квалификационной работы и практической деятельности специалиста по рекламе.

1.2. Задачи производственной (преддипломной) практики

В результате ее прохождения (по профилю специальности) студент должен иметь практический опыт:

- маркетинговых исследований в рекламе;
- дифференцирования понятий и видов субъектов рекламных отношений;
- правового регулирования рекламной деятельности;
- контроля за соблюдением законодательства о рекламе и ответственность за его нарушение;
- работы с заказчиком;
- сбор материалов по теме выпускной квалификационной работы;

1.3. Место производственной (преддипломной) практики в структуре ПССЗ

Производственная (преддипломная) практика студентов специальности 42.02.01 «Реклама» очной формы обучения представляет собой вид деятельности, обеспечивающей практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Производственная практика (преддипломная) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и может реализовываться концентрированно.

В ходе производственной практики (преддипломной) студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Художественное проектирование рекламного продукта», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Ценообразование на рынке рекламных услуг», «Экономика организации», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», а также, таких профессиональных модулей, как «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Маркетинг в рекламе».

Места и базы практики определяются договорами, заключаемыми колледжем и предприятиями, условиями контрактов, заявками предприятий, организаций,

учреждений, собственным выбором места практики обучающимися.

При прохождении производственной практики (преддипломной) обращается внимание студентов на то, как и где применяются, полученные ими ранее знания, теоретические положения и практические навыки и каким образом они могут использоваться будущими специалистами.

Осваивается на четвертом курсе (8 семестр).

1.4. Формы проведения производственной (преддипломной) практики

Производственная (преддипломная) практика проводится в рекламных агентствах и организациях, имеющих рекламную группу в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных подразделениях, выполняя работу по заказу предприятия.

1.5 Место и сроки проведения производственной (преддипломной) практики

Производственная (преддипломная) практика проводится в соответствии с учебным планом в организациях, оснащенных современным технологическим оборудованием, современными компьютерными программами, имеющими практический опыт выполнения рекламной продукции.

№	Наименование организации	№ договора
1	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	184/09-01
2	ООО «КОМ»	01/2003-С
3	ЗАО «Челныводоканал»	5-120
4	ООО «Челнылифт»	1181/169-01
5	ООО «Ремонтный завод»	1195/18-01
6	ОАО Страховая компания «Итиль»	161/09-01
7	Филиал ЗАО Страхования компания «Чулпан»	162/09-01
8	ООО Страховая компания «АСКО»	163/09-01
9	Филиал ОАО «НАСКО Татарстан»	164/09-01
10	ООО «Магнолия»	182/09-01
11	ЗАО «ТАТПРОФ»	183/09-01
12	ООО «Центр АРТ-Дизайна»	01-12-12
13	ОАО «КАМАЗ» - Соглашение о сотрудничестве	0.1.55.11-73/13
14	ООО "Домкор Проект"	292
15	Журнал "Комфортное жильё"	б/н
16	Торгово-Промышленная Палата г.Наб.Челны и региона «Закамье»	14-038
17.	ООО «РегионТехСнаб»	197/10-01
18.	ОАО «КАМГЭСЭНЕРГОСТРОЙ»	234
19.	ООО "ДОМКОР"	751/03-16
20	ООО «Строймеханизация-МА»	288

Осваивается на четвертом курсе (8семестр) в течение 4-х недель. Общий объем часов (216 час.)

1.8 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате изучения

профессионального модуля должен:

уметь:

- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

- профессиональные права и обязанности;
- способы защиты прав и обязанностей;
- права и обязанности работника и работодателя;
- основные принципы работы организации 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 маркетинга.

иметь практический опыт:

- контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
 - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
 - подготовки документации для регистрации авторских прав;
 - 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;
- Демонстрировать способность и готовность:
применять полученные знания на практике.

Специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по углубленной подготовке)

В результате прохождения практики студент должен подтвердить свои общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице:

Коды компетенции	Содержание компетенции
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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, 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 технологии 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	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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

2. Структура и содержание производственной (преддипломной) практики

2.1 Общая трудоемкость практики составляет 144 часа.

№	Виды работ на практике	Объем часов
1	2	3

Раздел 1	Назначение и специализация предприятия	8
1.1	История развития предприятия	4
1.2	Характеристика деятельности предприятия	4
Раздел 2	Структура предприятия	8
2.1	Структура управления предприятием	4
2.2	Службы и отделы предприятия	4
Раздел 3	Организация и планирование работ на предприятии	8
3.1	Организация труда на предприятии	4
3.2	Планирование работ на предприятии	4
Раздел 4	Основные задачи, решаемые на предприятии	8
4.1	Общие задачи	4
4.2	Задачи предприятия в области дизайна	4
Раздел 5	Изучение применяемых материалов и технологий	18
5.1	Материалы	6
5.2	Технологии	12
Раздел 6	Сбор практического материала для выполнения выпускной квалификационной работы (задание)	84
6.1	Задание	42
6.2	Приложение	40
6.3	Обработка и систематизация информации в соответствии с утвержденным планом дипломной работы. Оформление отчета.	8
7	Практические занятия	4
Всего часов		144

2.2 Методическое обеспечение производственной (преддипломной) практики.

10. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться нормативной документацией.

11. Техническая документация предприятия, занимающегося разработкой и производством рекламной продукции.

12. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, (ЭР) <http://www.znanium.com/bookread.php?book=429223>

13. Ильин А. И. Планирование на предприятии. Учебное пособие. Мн.: Новое знание, 2010. - 700 с.

14. Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб.

и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>

15. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

16. Сухов А.Н. Социальная психология: учеб. пособие. Рекомендовано ФГУ «ФИРО»-10е изд. «Академия», 2014. – 240 с.

17. Эрих Гамма, Ричард Хелм, Ральф Джонсон, Джон Влиссидес. Приемы объектно-ориентированного проектирования. Паттерны проектирования. Из-во: Питер, 2013. – 368 с.

18. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник / Е. И. Мазилкина. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 332 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 330. - Гриф УМО. - В пер. - ISBN 978-5-222-18945-0.

19. Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>

20. Поляков В.А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

21. Малышева М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". - 2-е изд. - Москва : Дашков и К', 2011. - 160 с. - Библиогр.: с. 159. - В пер. - ISBN 978-5-394-00842-9.

22. Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=377375>

23. Для обработки и анализа полученной информации, подготовки отчета по практике студенту необходимо руководствоваться методическими указаниями по написанию отчета по учебной практики по ПМ 02 «Производство рекламной продукции»

3. Условия реализации программы проведения производственной (преддипломной) практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной (преддипломной) практике.

Преддипломная практика предполагает использование как традиционных для рекламного проектирования форм проведения занятий: сбор и анализ материала к проекту, выполнение проектного поиска при разработке рекламного продукта, выполнение проектной графики и макета, так и инновационных образовательных технологий. В процессе разработки проекта используются активных и интерактивных формы проведения работы: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств, создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на защитах проектов с фото, аудио- и видеоматериалами по теме, выполнение презентаций проекта. Преддипломная практика дает представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации. Преддипломная практика позволяет собрать материал по теме и подготовить выпускную квалификационную работу.

3.7 Материально-техническое обеспечение производственной (преддипломной) практики.

Материально-техническое обеспечение производственной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Организации, занимающиеся разработкой и внедрением рекламных проектов должны отвечать современным требованиям производства, применять новые технологии, материалы и оборудование.

Для оформления отчета по практике необходимо:

1. *Компьютерное и мультимедийное оборудование;*
2. *Приборы и оборудование производственного назначения;*
3. *Ссылки на интернет-ресурсы:*

13. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru

14. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.

15. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3

16. Сборник ГОСТов по разработке и созданию и продвижению рекламной продукции.

Программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 «Реклама» утвержденного приказом Минобрнауки России №510 от 12.05.2014г., положения об Учебной программе ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» №01.1.56-06/74/11 от 23.12.2011г. и учебного плана специальности 42.02.01 «Реклама»

4. Фонды оценочных средств результатов проведения производственной (преддипломной) практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения учебной практики.

4.4 Формы оценочных средств результатов проведения производственной (преддипломной) практики.

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей	Выполнение практических работ
ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Выполнение практических работ (эскизов) средствами рекламы.
ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты	Выполнение практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические материалы, макеты).
ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Выполнение практических работ
ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Выполнение практических работ

ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Анализ отчета по производственной (преддипломной) практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Отзыв руководителя практики (от организации)
ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические материалы, макеты). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Проведение маркетингового исследования. Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Разработка средств для продвижения авторского рекламного продукта
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	Анализ отчета по производственной (преддипломной) практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Подготовка документации
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Отчет по производственной (преддипломной) практике.

проявлять к ней устойчивый интерес.	
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Изучение нормативной документации по оценке качества продукции и определению его уровня.
ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК.10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Отзыв руководителя практики (от организации). Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК.11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Отзыв руководителя практики (от организации).

Автор: Лоншакова М. М.

« 31 » августа 2016г.

Рецензент: ген. директор ООО «Белый глинаец» Замыслова А. Ю.

(Ф.И.О., подпись)

« 31 » августа 2016г.

Министерство образования и науки
Российской Федерации

Набережночелнинский институт (филиал)
федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный
университет»
Инженерно-экономический колледж

УТВЕРЖДАЮ
Директор



ПРОГРАММА

государственной итоговой аттестации выпускников инженерно-экономического колледжа Набережночелнинского института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет», обучающихся по специальности 42.02.01 «Реклама»

ГИА включает в себя выполнение выпускных квалификационных работ (ВКР) и их защита.

Темы выпускных квалификационных работ:

№ п/п	Тематика выпускной квалификационной работы
1.	Воздействие рекламы на поведение покупателей
2.	Формирование корпоративной культуры средствами рекламы
3.	Продвижение коммерческих организаций на рынке средствами рекламы
4.	Продвижение некоммерческих организаций на рынке средствами рекламы
5.	Национально-культурные особенности рекламного сообщения
6.	Использование рекламных технологий в деятельности органов государственной власти
7.	Формирование устойчивого позитивного образа политической власти средствами рекламы
8.	Укрепление конкурентоспособности организации средствами рекламы
9.	Фирменный стиль как средство идентификации в ситуации конкурентного противостояния
10.	Разработка рекламной продукции коммерческой организации
11.	Разработка рекламных материалов некоммерческой организации
12.	Организация взаимодействия предприятия и рекламного агентства на основе реализации рекламных проектов
13.	Разработка рекламно-информационных материалов для выставочной деятельности организации
14.	Разработка рекламно-информационных материалов торговой марки
15.	Совершенствование элементов фирменного стиля организации
16.	Разработка фирменного стиля организации
17.	Разработка рекламного сообщения торговой марки
18.	Взаимодействие предприятия и рекламного агентства при формировании комплекса продвижения
19.	Разработка авторских рекламных проектов в организации
20.	Оформление текстов рекламных объявлений в организации
21.	Разработка рекламного продукта как средства продвижения организации
22.	Размещение рекламы организации в сети Интернет
23.	Использование рекламных средств в деятельности некоммерческих организаций

Критерии выставления оценок по защите ВКР:

При оценке качества работы ГЭК руководствуется следующими критериями:

- Презентабельность выступления (качество презентации, содержание доклада)

- это умение грамотно, стройно и логически обоснованно излагать свои мысли, логику и результаты исследования, анализировать проведенные расчеты, умение графически представлять показатели, полученные в результате исследования; структура доклада включает (анализ проблемы; личный вклад автора в решения проблемы (его предложения); достигнутые результаты, целесообразность предложений автора)

- Оценка предлагаемых рекламных решений - оценивается уровень автора по владению технологиями разработки, заявленных в теме ВКР и их защиты.

- Оценивается уровень освоения профессиональных компетенций, указанных в ФГОС и дополнительных компетенций, представленных колледжем

- Качество оформления ВКР (соответствие пояснительной записки, иллюстрационных материалов, макетов, приложений требованиям стандартов)

- Материалы пояснительной записки должны быть логично структурированы и лаконично изложены; при этом, должны быть раскрыты причинно-следственные связи. В пояснительной записке должны использоваться термины, обозначения и определения, соответствующие действующим стандартам и другим нормативным документам.

Материалы в разделах и подразделах, посвященных разработке рекламного продукта, должны быть изложены в такой последовательности: цель проекта и пути достижения цели, разрабатываемая модель и ее обоснование, принятые допущения и упрощения, используемые методы, используемые программные продукты, краткое описание процедур выполнения разработки рекламного продукта, представление результатов, их интерпретация и выводы.

- Использование прикладных компьютерных программ, проведение экспериментов - оценивается умение применять прикладные компьютерные программы и способность к проведению экспериментов для выполнения конкретных прикладных задач, таких как подготовка и оформление документов, расчеты, обработка изображений и т. п.

При оценке качества работы ГЭК используется анкета, представленная в Приложении.

В результате выполнения и защиты ВКР выпускник закрепляет освоение всех профессиональных компетенций (ПК) по стандарту данной специальности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

Осуществлять поиск рекламных идей (ПК-1.1);

Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы (ПК-1.2);

Разрабатывать авторские рекламные проекты (ПК-1.3);

Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений (ПК-1.4);

Создавать визуальные образы с рекламными функциями (ПК-1.5);

- Производство рекламной продукции:

Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы (ПК-2.1);

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

Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале (ПК-2.3);

- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта:

Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка (ПК-3.1);

Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта (ПК-3.2);

- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта:

Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей (ПК-4.1);

Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части

соответствия ее рекламной идее (ПК-4.2);

Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт (ПК-4.3);

Готовить документы для регистрации юридического лица (ПК-4.4);

Вести расчет себестоимости и цены рекламных продуктов (ПК-4.5);

Председатель ПЦК _____ Бычкова Т.И.

АНКЕТА ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ ВКР

ВЫПУСКНИК _____
 СПЕЦИАЛЬНОСТЬ _____
 ТЕМА ВКР: _____
 ЧЛЕН ГАК (ПРЕДСЕДАТЕЛЬ) _____
 ОРГАНИЗАЦИЯ _____

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ ВКР

№	КРИТЕРИЙ	Оценка			
		5	4	3	0*
1	Качество выступления (презентация, содержание доклада)				
2	Оценка предлагаемых рекламных решений				
3	Эффективность разработки и продвижения рекламного проекта				
4	Уровень освоения профессиональных и дополнительных компетенций				
5	Качество оформления ВКР (соответствие пояснительной записки, иллюстрационных материалов, чертежей, приложений требованиям стандартов)				
6	Использование прикладных компьютерных программ, проведение экспериментов				

Достоинства ВКР

Недостатки ВКР

Вопросы для студента

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Считаю, что выпускная квалификационная работа заслуживает оценки _____

Член ГЭК _____ «__» _____ 20__ г.