Автономная некоммерческая организация высшего образования

«Российский новый университет»

(АНО ВО «Российский новый университет»)

Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат: 03489EA30058B4708C45B74E4D79B70F27
Владелец: "АНО ВО ""РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"""
Действителен: с 28.05.2026 по 28.08.2027

Колледж АНО ВО «Российский новый университет»

Рабочие программы дисциплин
по образовательной программе
на базе среднего общего образования
по специальности
42.02.01 Реклама
(очная форма обучения)

Москва

2026 г.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия социально-гуманитарных дисциплин

Рабочая программа учебной дисциплины

История России

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2024

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «История России» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «История России» – формирование представлений об истории России как истории Отечества, её основных вехах истории, воспитание базовых национальных ценностей, уважения к истории, культуре, традициям. Дисциплина имеет также историко-просвещенческую направленность, формируя у молодёжи способность и готовность к защите исторической правды и сохранению исторической памяти, противодействию фальсификации исторических фактов. Актуальность учебной дисциплины заключается в её практической направленности на реализацию единства интересов личности, общества и государства в деле воспитания гражданина России. Дисциплина способствует формированию патриотизма, гражданственности как важнейших направлений воспитания школьников.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональных действий в соответствии с выбранным профессиональным стандартом.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
- приёмы структурирования информации;
- формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;
- порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

Уметь:

- определять задачи для поиска информации;
- определять необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение;
- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

- Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; (ОК 06.)

Знать:
- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей;
- значимость профессиональной деятельности по специальности;
- стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.

Уметь:
- описывать значимость своей специальности;
- применять стандарты антикоррупционного поведения.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	58
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	42
Практические занятия (Пр)	14
Зачет (З)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	14
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	З	Тконс		
История России.									
1.	Отечественная история в системе научных дисциплин.	2	2	2					
2.	Россия – великая наша держава.	2	2	2					
3.	Александр Невский как спаситель Руси.	2	2	2					
4.	Смута и её преодоление.	2	2	2					
5.	Волим под царя восточного, православного.	2	2	2					
6.	Пётр Великий. Строитель великой империи.	2	2	2					
7.	Отторженная возвратих.	2	2	2					
8.	Крымская война – «Пиррова победа Европы».	2	2	2					
9.	Гибель империи.	2	2	2					
10.	От великих потрясений к Великой победе.	2	2	2					

11.	Вставай, страна огромная.	2	2	2					
12.	В буднях великих строек.	2	2	2					
13.	От Перестройки к кризису, от кризиса к возрождению.	2	2	2					
14.	Россия. XXI век.	2	2	2					
15.	История антироссийской пропаганды.	2	2	2					
16.	Слава русского оружия.	2	2	2					
17.	Россия в деле.	2	2	2					
Россия в мире.									
18.	Послевоенное мирное урегулирование и новая мировая система.	8	6	2	4			2	
19.	Крупнейшие страны мира во второй половине XX- н. XXI века.	8	2	2				6	
20.	Страны Азии и Африки.	8	6	2	4			2	
21.	Глобализация и формирование многополярного мира.	12	8	2	6			4	
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачёт).									
22.	Промежуточная аттестация	2	2			0,3	1,7		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Отечественная история
в системе научных дисциплин.

Сущность, формы, функции исторического знания. Методы и источники изучения истории. Понятие и классификация исторического источника. Отечественная историография в прошлом и настоящем: общее и особенное. Методология и теория исторической науки. Периодизации Отечественной истории. Спорные вопросы в курсе Отечественной истории. Место и роль истории в системе общественных дисциплин. История России - неотъемлемая часть всемирной истории. Античное наследие в эпоху Великого переселения народов. Проблема этногенеза восточных славян.

Тема 2. Россия – великая наша держава.

Гимн России. Становление духовных основ России. Место и роль России в мировом сообществе. Содружество народов России и единство российской цивилизации. Пространство России и его геополитическое, экономическое и культурное значение. Российские инновации и устремлённость в будущее.

Тема 3. Александр Невский как спаситель Руси.

Выбор союзников Даниилом Галицким. Александр Ярославович. Невская битва и Ледовое побоище. Столкновение двух христианских течений: православие и католичество. Любечский съезд. Русь и Орда. Отношение Александра с Ордой.

Тема 4. Смута и её преодоление.

Династический кризис и причины Смутного времени. Избрание государей посредством народного голосования. Столкновение с иностранными захватчиками и зарождение гражданско-патриотической идентичности в ходе 1-2 народного ополчений.

Тема 5. Волим под царя восточного, православного.

Взаимоотношения России и Польши. Вопросы национальной и культурной идентичности приграничных княжеств западной и южной Руси (Запорожское казачество). Борьба за свободу под руководством Богдана Хмельницкого. Земский собор 1653 г. и Переяславская Рада 1654 г.

Тема 6. Пётр Великий.
Строитель великой империи.

Взаимодействие Петра I с европейскими державами (северная война, прутские походы).

Формирование нового курса развития России: западноориентированный подход. Россия – империя. Социальные, экономические и политические изменения в стране. Строительство великой империи: цена и результаты.

Тема 7. Отторженная возвратих.

Просвещённый абсолютизм в России. Положение Российской империи в мировом порядке: русско-турецкие войны (присоединение Крыма), разделы Речи Посполитой. Расцвет культуры Российской империи и её

значение в мире. Строительство городов в Северном Причерноморье.

Тема 8. Крымская война – «Пиррова победа Европы».

«Восточный вопрос». Положение держав в восточной Европе. Курс императора Николая I. Расстановка сил перед Крымской войной. Ход военных действий. Оборона Севастополя. Итоги Крымской войны.

Тема 9. Гибель империи.

Первая русская революция 1905-1907 гг. Первая мировая война и её значение для российской истории: причины, предпосылки, ход военных действий (Брусиловский прорыв), расстановка сил. Февральская революция и Брестский мир. Октябрь 1917 г. как реакция на происходящие события: причины и ход Октябрьской революции.

Гражданская война.

Тема 10. От великих потрясений к Великой победе.

Новая экономическая политика. Антирелигиозная компания. Коллективизация и её последствия. Индустриализация. Патриотический поворот в идеологии советской власти и его выражение в Великой Отечественной Войне.

Тема 11. Вставай, страна огромная.

Причины и предпосылки Второй мировой войны. Основные этапы и события Великой Отечественной войны. Патриотический подъем народа в годы Отечественной Войны. Фронт и тыл. Защитники Родины и пособники нацистов. Великая Отечественная война в исторической памяти нашего народа.

Тема 12. В буднях великих строек.

Геополитические результаты Великой Отечественной. Экономика и общество СССР после Победы. Пути восстановления экономики – процессы и дискуссии. Экономическая модель послевоенного СССР, идеи социалистической автаркии. Продолжение и последующее сворачивание патриотического курса в идеологии. Атомный проект и создание советского ВПК. План преобразования природы.

Тема 13. От Перестройки к кризису, от
кризиса к возрождению.

Идеология и действующие лица «перестройки». Россия и страны СНГ в 1990-е годы. Кризис экономики – цена реформ. Безработица и криминализация общества. Пропаганда деструктивных идеологий среди молодёжи. Олигархизация. Конфликты на Северном Кавказе.

Положение национальных меньшинств в новообразованном государстве.

Тема 14. Россия. XXI век.

Запрос на национальное возрождение в обществе. Укрепление патриотических настроений. Владимир Путин. Деолигархизация и укрепление вертикали власти. Курс на суверенную внешнюю политику: от Мюнхенской речи до операции в Сирии. Экономическое возрождение: энергетика, сельское хозяйство, национальные проекты. Возвращение ценностей в конституцию. Спецоперация по защите

Донбасса.

Тема 15. История антироссийской пропаганды.

Ливонская война – истоки русофобской мифологии. «Завещание Петра великого» - антироссийская фальшивка. Пропаганда Наполеона Бонапарта. Либеральная и революционная антироссийская пропаганда в Европе в XIX столетии и роль в ней российской революционной эмиграции. Образ большевистской угрозы в подготовке гитлеровской агрессии. Антисоветская пропаганда эпохи Холодной войны.

Мифологемы и центры распространения современной русофобии.

Тема 16. Слава русского оружия.

Ранние этапы истории российского оружейного дела: государев пушечный двор, тульские оружейники. Значение военно- промышленного комплекса в истории экономической модернизации Российской Империи: Путиловский и Обуховский заводы, развитие авиации. Сталинская индустриализация. Пятилетки. ВПК в эпоху Великой Отечественной Войны – всё для фронта, всё для победы. Космическая отрасль, авиация, ракетостроение, кораблестроения. Современный российский ВПК и его новейшие разработки.

Тема 17. Россия в деле.

Высокие технологии. Энергетика. Сельское хозяйство. Освоение Арктики. Развитие сообщений – дороги и мосты. Космос. Перспективы импортозамещения и технологических рывков.

Тема 18. Послевоенное мирное урегулирование и новая мировая система.

Общие итоги Второй мировой войны. Изменение геополитической и экономической ситуации в мире. Формирование биполярной системы мира. Начало «холодной войны», крупнейшие кризисы.

Тема 19. Крупнейшие страны мира во второй половине XX- н. XXI века.

Экономические, геополитические итоги второй мировой войны для США. Превращение США в финансово-экономического и военно-политического лидера западного мира.

Тема 20. Страны Азии и Африки.

Государства Юго-Восточной Азии: Китай и Индия во второй половине XX века. Экономическое и политическое развитие, формирование самостоятельной роли в мире. Развитие российско-китайских и российско-индийских отношений.

Тема 21. Глобализация и формирование многополярного мира.

Факторы глобализации, её положительные и отрицательные стороны.

Глобальные проблемы современности. Геополитическое положение и национальные интересы России.

Антиглобализм и формирование многополярной системы мира.

Тема 22. Промежуточная аттестация

Вопросы к зачёту:

1. Раскройте следующие темы:

Периодизации Отечественной истории. Спорные вопросы в курсе Отечественной истории. Место и роль истории в системе общественных дисциплин.

2. Раскройте следующие темы:

Место и роль России в мировом сообществе. Содружество народов России и единство российской цивилизации. Пространство России и его геополитическое, экономическое и культурное значение.

3. Раскройте следующие темы:

Выбор союзников Даниилом Галицким. Александр Ярославович. Невская битва и Ледовое побоище. Столкновение двух христианских течений: православие и католичество. Любечский съезд. Русь и Орда. Отношение Александра с Ордой.

4. Раскройте следующие темы:

Династический кризис и причины Смутного времени. Избрание государей посредством народного голосования. Столкновение с иностранными захватчиками и зарождение гражданско-

патриотической идентичности в ходе 1-2 народного ополчений.

5. Раскройте следующие темы:

Взаимоотношения России и Польши. Вопросы национальной и культурной идентичности приграничных княжеств западной и южной Руси (Запорожское казачество). Борьба за свободу под руководством Богдана Хмельницкого. Земский собор 1653 г. и Переяславская Рада 1654 г.

6. Раскройте следующие темы:

Взаимодействие Петра I с европейскими державами (северная война, прутские походы). Формирование нового курса развития России: западноориентированный подход. Россия – империя. Социальные, экономические и политические изменения в стране. Строительство великой империи: цена и результаты.

7. Раскройте следующие темы:

Просвещённый абсолютизм в России. Положение Российской империи в мировом порядке: русско-турецкие войны (присоединение Крыма), разделы Речи Посполитой. Расцвет культуры Российской империи и её значение в мире. Строительство городов в Северном Причерноморье.

8. Раскройте следующие темы:

«Восточный вопрос». Положение держав в восточной Европе. Курс императора Николая I. Расстановка сил перед Крымской войной. Ход военных действий. Оборона Севастополя. Итоги Крымской войны.

9. Первая русская революция 1905-1907 гг. Первая мировая война и её значение для российской истории: причины, предпосылки, ход военных действий (Брусиловский прорыв), расстановка сил.

10. Раскройте следующие темы:

Февральская революция и Брестский мир. Октябрь 1917 г. как реакция на происходящие события: причины и ход Октябрьской революции. Гражданская война.

11. Раскройте следующие темы:

Новая экономическая политика. Антирелигиозная компания. Коллективизация и её последствия. Индустриализация. Патриотический поворот в идеологии советской власти и его выражение в Великой Отечественной Войне.

12. Раскройте следующие темы:

Причины и предпосылки Второй мировой войны. Основные этапы и события Великой Отечественной войны. Патриотический подъем народа в годы Отечественной Войны. Фронт и тыл. Защитники Родины и пособники нацистов. Великая Отечественная война в исторической памяти нашего народа.

13. Раскройте следующие темы:

Геополитические результаты Великой Отечественной. Экономика и общество СССР после Победы. Пути восстановления экономики – процессы и дискуссии. Экономическая модель послевоенного СССР, идеи социалистической автаркии. Продолжение и последующее сворачивание патриотического курса в идеологии. Атомный проект и создание советского ВПК. План преобразования природы.

14. Раскройте следующие темы:

Идеология и действующие лица «перестройки». Россия и страны СНГ в 1990-е годы. Кризис экономики – цена реформ. Безработица и криминализация общества. Пропаганда деструктивных идеологий среди молодёжи. Олигархизация. Конфликты на Северном Кавказе. Положение национальных меньшинств в новообразованном государстве.

15. Раскройте следующие темы:

Запрос на национальное возрождение в обществе. Укрепление патриотических настроений. Владимир Путин. Деолигархизация и укрепление вертикали власти. Курс на суверенную внешнюю политику: от Мюнхенской речи до операции в Сирии. Экономическое возрождение: энергетика, сельское хозяйство, национальные проекты. Возвращение ценностей в конституцию. Спецоперация по защите Донбасса.

16. Раскройте следующие темы:

Ливонская война – истоки русофобской мифологии. «Завещание Петра великого» - антироссийская фальшивка. Пропаганда Наполеона Бонапарта. Либеральная и революционная антироссийская пропаганда в Европе в XIX столетии и роль в ней российской революционной эмиграции. Образ большевистской угрозы в подготовке гитлеровской агрессии. Антисоветская пропаганда эпохи Холодной войны.

Мифологемы и центры распространения современной русофобии.

17. Раскройте следующие темы:

Ранние этапы истории российского оружейного дела: государев пушечный двор, тульские оружейники. Значение военно- промышленного комплекса в истории экономической модернизации Российской Империи: Путиловский и Обуховский заводы, развитие авиации. Сталинская индустриализация. Пятилетки. ВПК в эпоху Великой Отечественной Войны – всё для фронта, всё для победы. Космическая отрасль, авиация, ракетостроение, кораблестроения. Современный российский ВПК и его новейшие разработки.

18. Раскройте следующие темы:

Высокие технологии. Энергетика. Сельское хозяйство. Освоение Арктики. Развитие сообщений – дороги и мосты. Космос. Перспективы импортозамещения и технологических рывков.

19. Раскройте следующие темы:

Общие итоги Второй мировой войны. Изменение геополитической и экономической ситуации в мире. Формирование биполярной системы мира. Начало «холодной войны», крупнейшие кризисы.

20. Раскройте следующие темы:

Экономические, геополитические итоги второй мировой войны для США. Превращение США в финансово-экономического и военно-политического лидера западного мира.

21. Раскройте следующие темы:

Государства Юго-Восточной Азии: Китай и Индия во второй половине XX века. Экономическое и политическое развитие, формирование самостоятельной роли в мире. Развитие российско-китайских и российско-индийских отношений.

22. Раскройте следующие темы:

Факторы глобализации, её положительные и отрицательные стороны.

Глобальные проблемы современности. Геополитическое положение и национальные интересы России. Антиглобализм и формирование многополярной системы мир.

Планы практических занятий

Тема 18. Послевоенное мирное урегулирование и новая мировая система.. Холодная война..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 20. Страны Азии и Африки.. Практическая работа №2. Деколонизация. Неоколониализм..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 21. Глобализация и формирование многополярного мира.. Глобализм. Антиглобализм. Россия и Глобальный Юг..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов,

отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Антигитлеровская коалиция.
Антифранцузские коалиции.
Блогосфера.
БРИКС.
Возрождение в Европе.
Волонтерское движение.
Импортозамещение.
Исторические исследования.
Коллективный Запад.
Концепция “Москва – Третий Рим”.
Международные отношения.
Милитаризация экономики.
Многополярный мир.
Мультикультурализм.
Национализм.
Национальные конфликты.
Организация Объединённых Наций.
Парад суверенитетов.
Патриотизм.
Политическая пассивность.
Практики коммеморации.
Русофобия.
Социальная политика государства.
Суверенитет государства.
Тенденции развития.
Холодная война.
Хронологическая таблица.
Хронология.
Цветная революция.
Ядерная триада.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	Какие коммеморативные практики наименее/наиболее эффективно применяются в современной России?
2	Составьте список исторических обычаев, которые уходят корнями в историческое прошлое нашей страны.
3	Проанализируйте развитие российско-индийских отношений в XXI веке, дайте оценку.
4	Проанализируйте развитие российско-британских отношений в XXI веке, дайте оценку.

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	Проведите сравнительный анализ подходов к формированию и развитию патриотизма в советский период и в современной России.
6	Проанализируйте роль волонтерского движения в специальной военной операции.
7	Объясните, почему патриотизм нельзя смешивать с национализмом.
8	Проанализируйте современные отечественные фильмы и сериалы, в основе которых лежат исторические сюжеты, на предмет их способности/неспособности повлиять на развитие патриотизма. Перечислите основные причины, по которым страны коллективного Запада взяли курс на русофобию.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
- номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приёмы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств. - определять задачи для поиска информации; - определять	- знание и понимание материала; - критическое мышление и решение проблем. - коммуникативные навыки.	- устные опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины; - выполнение заданий в ходе семинарских занятий. - письменные задания (опросы, диктанты по датам) в ходе аудиторных занятий; - задания и упражнения, рекомендованные для самостоятельной работы.

необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.		
- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; - значимость профессиональной деятельности по специальности; - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения. - описывать значимость своей специальности; - применять стандарты антикоррупционного поведения.		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	См. файл №2 и файл №3 в Приложении.

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	Вопросы к дифференцированному зачёту №№1-11.
2	См. файл №4 в Приложении.
3	Вопросы к дифференцированному зачёту №№12-22.
4	См. файл №4 в Приложении.

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	Дайте оценку западноориентированному подходу к развитии России при Петре I. Проведите параллели с современным развитием России.
2	Дайте оценку влиянию Февральской и Октябрьской революций на развитие России. Какое влияние оказала октябрьская революция на ход мировой истории?
3	Проанализируйте распространение современной русофобии в контексте исторического развития взаимоотношений России с европейскими и североамериканскими государствами.
4	Проведите анализ взаимоотношений России со странами коллективного Запада с целью обоснования/опровержения утверждения, что сейчас идёт новая «холодная война».

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Сафонов, А. А. История (конец XX — начало XXI века) : учебник для среднего профессионального образования / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 284 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16116-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544226

2. Касьянов, В. В. История России : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 274 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18531-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535276

3. Зуев, М. Н. История России XX - начала XXI века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17067-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538364

б) дополнительная литература:

1. Князев, Е. А. История России. XX век : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Князев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 234 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13336-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543074

2. Кириллов, В. В. История России. XX век — начало XXI века : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Кириллов. — 9-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17321-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538379

3. Волошина, В. Ю. История России. 1917—1993 годы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Ю. Волошина, А. Г. Быкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05792-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/539620

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://www.hist.msu.ru/ER/Etext/PICT/feudal.htm Библиотека Исторического факультета МГУ
www.historicus.ru Историк: общественно-политический журнал.
www.library.spbu.ru Научная библиотека им. М.Горького СПбГУ
http://www.august-1914.ru/ Первая мировая война: интернет- проект

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:
кабинет, оснащённый оборудованием:
учебная доска;
наглядные пособия;
персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
мультимедийный проектор;
мультимедийный экран;
лазерная указка;
средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:
кабинет «Социально-гуманитарных дисциплин», оснащённый оборудованием:
учебная доска;
наглядные пособия;
персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
мультимедийный проектор;
мультимедийный экран;
лазерная указка;
средства аудиовизуализации.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия социально-гуманитарных дисциплин

Рабочая программа учебной дисциплины

Иностранный язык в профессиональной деятельности

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина "Иностранный язык в профессиональной деятельности" изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу с учетом ФГОС СПО по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА (приказ Минобрнауки России от 21.07.2023 г. № 552).

Целью учебной дисциплины является обучение практическому владению языковыми средствами для эффективной работы с профессиональной литературой и статистикой в сфере рекламы и PR, понимание специальных терминов в области рекламы, владение разговорно-бытовой речью и деловым языком специальности для активного применения как в повседневной жизни, так и в профессиональной деятельности.

Актуальность учебной дисциплины заключается в её практической направленности на завершение формирования основ владения английский языком, начатое в средней общеобразовательной школе, заложить прочные основы практического владения профессиональным языком с упором на рекламную и PR деятельность, обучить анализу иностранных профессиональных текстов и практике разговорной речи.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятие решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

-- социокультурную специфику страны/стран изучаемого языка;
-- знание и соблюдение норм вежливости в межкультурном общении;
-- правил информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет.

Уметь:

-- строить своё речевое и неречевое поведение адекватно специфике страны/стран изучаемого языка;
-- общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;
-- переводить с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;
-- вести разные виды диалога (в том числе комбинированный) объёмом до 9 реплик;
-- воспринимать на слух и понимать звучащих до 2,5 минут аутентичных текстов;
-- читать про себя и понимать несложные аутентичные тексты разного вида, жанра и стиля объёмом 600-800 слов;
-- оценивать достоверность информации, её соответствие морально-этическим нормам;
-- использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме.

- Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (ОК 09.)

Знать:
-постоянно повышать свой образовательный и культурный уровень;
-правила речевого этикета, принятого в обществе;
-актуальные модели речевой деятельности и цивилизованного речевого поведения в процессе деловой коммуникации;
-правила оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.

Уметь:

-- проводить учебно-исследовательскую и проектную деятельность с использованием иностранного (английского) языка; способностью и готовностью к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;
-- правильно получать новое знание, интерпретировать, преобразовывать и применять его в различных учебных ситуациях, в том числе при создании учебных и социальных проектов;
-- получать информацию из источников разных типов, в том числе на иностранном (английском) языке, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;
-- создавать тексты на иностранном (английском) языке в различных форматах с учётом назначения информации и целевой аудитории;

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	102
в том числе:	
Практические занятия (Пр)	96
Часы на контрольные работы (КоР)	0,6
Зачет (З)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	5,1
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	6
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Пр	З	КоР	Тконс		
Раздел 1. Место и роль дисциплины «Английский язык в профессиональной деятельности» в подготовке специалистов по рекламе									

1.	Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.	14	14	2					
2.	Тема 2. Профессии в рекламе, место работы.	18	18	2					
Промежуточная аттестация 1 (контрольная работа)									
3.	Обязательная контрольная работа	4	2			0,3	1,7	2	
Раздел 2. Реклама, Понятие о рекламе. Виды рекламы.									
4.	Тема 3. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.	6	6	4					
5.	Тема 4. Виды рекламы.	8	8	4					
Раздел 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.									
6.	Тема 5. Интернет-реклама. Рекламные носители в Интернете.	6	6	2					
7.	Тема 6. Средства продвижения товаров и услуг.	12	12	4					
Промежуточная аттестация 2 (контрольная работа)									
8.	Обязательная контрольная работа	4	2			0,3	1,7	2	
Раздел 4. Рекламная кампания.									
9.	Тема 7. Разработка рекламных кампаний.	14	14	2					
10.	Тема 8. Оценка эффективности рекламной кампании.	18	18	4					
Промежуточная аттестация 3 (зачёт)									
11.	Дифференцированный зачёт	4	2		0,3		1,7	2	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.

Знакомство с понятием Реклама. Изучение необходимых навыков для работы в этой сфере. Подготовка к собеседованию.

Тема 2. Тема 2. Профессии в рекламе, место работы.

Правила общения в офисе. Форма одежды. Дресс-код. Отработка диалогов, знакомство с коллективом, самопрезентация. Отработка навыка самопрезентации. Лайфхаки при подготовке. Собственный опыт.

Тема 3. Обязательная контрольная работа

1. Личностные и профессиональные качества рекламиста.
2. Требования к специалисту по рекламе.
3. Специфика работы специалиста по рекламе.
4. Основные принципы деятельности в отрасли Реклама.
5. Подготовка к собеседованию, составление Резюме.
6. Место работы. Деловой стиль.
7. Дресс-код, знакомство.
8. Подготовка устного рассказа о себе, навыках и умениях, составление диалогов.
9. Подготовка к собеседованию.

Тема 4. Тема 3. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.

Обсуждение понятия Реклама. Плюсы и минусы. Положительное и отрицательное влияние на социум. Её функции.

Тема 5. Тема 4. Виды рекламы.

Изучение наружной и печатной рекламы. Социальная реклама.

Тема 6. Тема 5. Интернет-реклама. Рекламные носители в Интернете.

Различные виды рекламы в сети Интернет.

Тема 7. Тема 6. Средства продвижения товаров и услуг.

Исследования рынка. Целевая аудитория. Реклама и продажа товаров.

Тема 8. Обязательная контрольная работа

1. Подготовка сообщения, дискуссии, презентации «Реклама – за и против».
2. Реклама и PR – разбор и активизация в речи терминологии.
3. Анализ печатной и наружной рекламы, составление рекламных сообщений для лифлетов и наружной рекламы
4. Анализ социальной рекламы, разработка рекламных сообщений для социальной рекламы. Сравнение видов рекламы.
5. Понятия: баннер, текстовый блок, байрики, interstitials, минисайты, коллажи и т. д.
6. Интернет как рекламное пространство. Анализ видов рекламных объявлений в Интернете.
7. Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернете.
8. Прямой маркетинг, выставки-ярмарки. Брендинг, основные термины имиджевой рекламы.
9. Изучение способов исследования рынка. Подготовка отчёта.
10. SMM. Подготовка описания товара, поста в соц. сетях, информации для выставки, составление диалогов.

Тема 9. Тема 7. Разработка рекламных кампаний.

Изучение Целевой аудитории. Повторение пройденных тем. Практика составления схемы этапов рекламной кампании, нацеленной на конкретную ЦА.

Тема 10. Тема 8. Оценка эффективности рекламной кампании.

Оценка продуктиности рекламной кампании. Способы улучшения.

Тема 11. Дифференцированный зачёт

1. Объясните, какие личностные и профессиональные качества необходимы рекламисту.
2. Опишите требования к специалисту по рекламе.
3. Расскажите о специфике работы специалиста по рекламе.
4. Назовите основные принципы деятельности в отрасли реклама.
5. Подготовьте краткое описание процесса составления резюме для вакансии в сфере рекламы.
6. Объясните особенности делового стиля в профессиональной коммуникации.
7. Расскажите о дресс-коде и правилах знакомства на деловых мероприятиях.
8. Объясните роль целевой аудитории в формировании рекламных сообщений и стратегий продвижения.
9. Подготовьте устный рассказ о себе, своих навыках и умениях для собеседования.
10. Назовите основные этапы подготовки к собеседованию в сфере рекламы.
11. Смоделируйте диалог по ролям, связанный с вопросами трудоустройства в рекламе.
12. Обоснуйте плюсы и минусы рекламы.
13. Проиллюстрируйте этапы разработки рекламного проекта с помощью схемы или плана действий.
14. Проведите анализ печатной и наружной рекламы и составьте пример рекламного сообщения.
15. Оцените социальную рекламу и разработайте собственное рекламное сообщение для социальной кампании.

16. Объясните понятия: баннер, текстовый блок, байрики, interstitials, минисайты, коллажи.

17. Проанализируйте виды рекламных объявлений в Интернете.

18. Опишите взаимодействие пользователя с интернет-рекламой.

19. Опишите основные этапы подготовки к проведению рекламной кампании на иностранном языке.

20. Объясните методы исследования рынка.

21. Опишите процесс создания поста в соцсетях о товаре или услуге.

22. Объясните структуру рекламного брифа и его основные элементы.

23. Проанализируйте типичные брифы и составьте проект собственного брифа.

24. Составьте схему этапов проведения рекламной кампании.

25. Опишите портрет целевой аудитории для конкретного продукта или услуги.

26. Опишите роль исследования целевой аудитории в формировании успешной рекламы.

27. Объясните последовательность этапов проведения рекламной кампании и их взаимосвязь.

28. Опишите основные компоненты портрета целевой аудитории и их значение для разработки рекламных сообщений.

29. Обоснуйте необходимость проведения анализа рынка перед запуском новой рекламной кампании.

30. Разработайте пример краткого отчета о конкурентах с выделением их сильных и слабых сторон на иностранном языке.

Планы практических занятий

Тема 1. Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.
. ПР 1. Личностные и профессиональные качества рекламиста..
Время - 2 час.
Основные вопросы:
Изучение новой терминологии, аргументирование своей точки зрения на вопрос о необходимых качествах рекламиста.

Тема 1. Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.
. ПР 2. Требования к специалисту по рекламе..
Время - 4 час.
Основные вопросы:
Работа с текстом, выявление требований и их обоснование.

Тема 1. Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.
. ПР 3. Специфика работы специалиста по рекламе..
Время - 2 час.
Основные вопросы:
Особенности работы специалиста по рекламе, повторение темы про навыки.

Тема 1. Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.
. ПР 4. Основные принципы деятельности в отрасли Реклама.
Время - 4 час.
Основные вопросы:
Чтение текста, разбор темы.

Тема 1. Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.
. ПР 5. Подготовка к собеседованию, составление резюме.
.
Время - 2 час.
Основные вопросы:
Обсуждение понятия собеседование, как к нему готовиться. Навыки составления резюме.

Тема 2. Тема 2. Профессии в рекламе, место работы.

. ПР 6. Место работы. Деловой стиль..
Время - 2 час.
Основные вопросы:
Правила общения в офисе. Форма одежды.

Тема 2. Тема 2. Профессии в рекламе, место работы.

. ПР 7. Дресс-код. Знакомство..
Время - 4 час.
Основные вопросы:
Дресс-код. Отработка диалогов, знакомство с коллективом, самопрезентация.

Тема 2. Тема 2. Профессии в рекламе, место работы.

. ПР 8. Новая лексика делового общения..
Время - 2 час.
Основные вопросы:
Чтение текста, составление и разыгрывание диалогов, использование новой лексики.

Тема 2. Тема 2. Профессии в рекламе, место работы.

. ПР 9. Подготовка устного рассказа о себе, навыках и умениях, составление диалогов..
Время - 4 час.
Основные вопросы:
Повторение пройденного материала. Отработка навыка самопрезентации.

Тема 2. Тема 2. Профессии в рекламе, место работы.

. ПР 10. Подготовка с собеседованию..
Время - 2 час.
Основные вопросы:
Повторение темы. Лайфхаки при подготовке. Собственный опыт.

Тема 2. Тема 2. Профессии в рекламе, место работы.

. ПР 11. Разыгрывание диалогов по ролям..
Время - 4 час.
Основные вопросы:
Повторение лексики.

Тема 4. Тема 3. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.. ПР 12. Подготовка сообщения, дискуссии, презентации "Реклама -- за и против". .
Время - 4 час.
Основные вопросы:
Отработка навыка аргументации собственного мнения и разностороннего рассмотрения вопроса.

Тема 4. Тема 3. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.. ПР 13. Реклама и PR – разбор и активизация в речи терминологии..
Время - 2 час.
Основные вопросы:
Новая лексика, отработка.

Тема 5. Тема 4. Виды рекламы.. ПР 15. Анализ социальной рекламы, разработка рекламных сообщений для социальной рекламы. Сравнение видов рекламы. .

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Понятие социальной рекламы. Цели.

Тема 5. Тема 4. Виды рекламы.. ПР 14. Анализ печатной и наружной рекламы, составление рекламных сообщений для лифлетов и наружной рекламы. .

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Составление перечня вариантов печатной и наружной рекламы. Правила оформления, донесение смыслов.

Тема 6. Тема 5. Интернет-реклама. Рекламные носители в Интернете.. ПР 16. Понятия: баннер, текстовый блок, байрики, interstitials, минисайты, коллажи и т. д..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Изучение вариантов интернет-рекламы. Различия, назначение.

Тема 6. Тема 5. Интернет-реклама. Рекламные носители в Интернете.. ПР 17. Интернет как рекламное пространство. Анализ видов рекламных объявлений в Интернете..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Продолжение темы.

Тема 6. Тема 5. Интернет-реклама. Рекламные носители в Интернете.. ПР 18. Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернете..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Точки касания, цепочки взаимодействия.

Тема 7. Тема 6. Средства продвижения товаров и услуг.. ПР 19. Прямой маркетинг, выставки-ярмарки. Брендинг, основные термины имиджевой рекламы..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Изучение новой лексики.

Тема 7. Тема 6. Средства продвижения товаров и услуг.. ПР 20. Изучение способов исследования рынка. Подготовка отчёта..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Что есть рынок? Способы его изучения. Целевая аудитория.

Тема 7. Тема 6. Средства продвижения товаров и услуг.. ПР 21. SMM. Подготовка описания товара, поста в соц. сетях, информации для выставки, составление диалогов..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Что такое SMM? Правила и способы выгодного описания товара. Практика диалогов, продаж.

Тема 9. Тема 7. Разработка рекламных кампаний.. ПР 22. Рекламный бриф. Новая лексика. .

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Изучение понятия Рекламный бриф. Изучение и отработка новой лексики.

Тема 9. Тема 7. Разработка рекламных кампаний.. ПР 23. Чтение рекламных брифов, составление проектов брифов..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Практика составления рекламных брифов.

Тема 9. Тема 7. Разработка рекламных кампаний.. ПР 24. Составление схемы этапов рекламной кампании.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Что такое рекламная кампания. Цели. Этапы.

Тема 9. Тема 7. Разработка рекламных кампаний.. ПР 25. Изучение и составление портрета целевой аудитории..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Что такое Целевая аудитория. Повторение лексики. Изучение ЦА, составление портрета ЦА.

Тема 10. Тема 8. Оценка эффективности рекламной кампании.. ПР 29. Изучить примеры и дополнить оценку эффективности РК..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Оценка эффективности Рекламной кампании. Способы улучшения результатов. Дискуссия.

Тема 10. Тема 8. Оценка эффективности рекламной кампании.. ПР 26. Анализ рынка. Изучение конкурентов..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Способы и этапы анализа рынка и конкурентов.

Тема 10. Тема 8. Оценка эффективности рекламной кампании.. ПР 27. Лексика, используемая для написания аналитических отчётов..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Чтение текста, изучение новой лексики.

Тема 10. Тема 8. Оценка эффективности рекламной кампании.. ПР 28. Описание компаний конкурентов по плану..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Отработка навыка описания компаний конкурентов.

Тема 10. Тема 8. Оценка эффективности рекламной кампании.. ПР 30. Повторение грамматики и лексики.

Подготовка к зачёту.

.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Повторение. Подготовка к зачёту.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Методические рекомендации по выполнению заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

Цель: углубление и расширение изученных тем, самостоятельное овладение обучающимися новой учебной информацией, расширение их представлений в области учебной дисциплины "Иностранный язык в профессиональной деятельности", обеспечение эффективности самостоятельной работы обучающихся на основе организации ее выполнения.

Задачи: используя учебники и учебные пособия из списка основной и дополнительной литературы к данной учебной дисциплине, выполнить Задания 1 и 2 в рамках ОК 02 и ОК 09.

Данные задания предоставляются обучающимися преподавателю в письменном виде и в устной форме в течение семестра по мере их выполнения, но до проведения промежуточной аттестации по учебной дисциплине "Иностранный язык в профессиональной деятельности".

Ответ обучающегося оценивается в соответствии с достижениями предметных и метапредметных образовательных результатов по следующим критериям: полнота, правильность, логичность, грамотность речи (знание грамматики и произношения). Отметка по пятибалльной шкале выставляется в соответствии со следующими критериями.

Оценка "отлично" ставится, если

- ответ полный, включает все содержательные элементы (по типовым темам для оценки в качестве эталона используются устные темы в раздаточном материале);
- ответ правильный, не содержит фактических ошибок;
- ответ последовательный, включает вступление, основную часть и выводы; - в основной части представлены причинно-следственные связи, аргументация, характеристика признаков;
- устная речь грамотная, соответствует нормам грамматики и фонетики английского языка;
- отсутствуют ошибки в произношении лексики.

Оценка "хорошо" ставится, если

- ответ включает основные содержательные элементы;
- ответ в целом правильный, но содержит одну-две несущественные ошибки или неточности;
- ответ логичный, включает вступление, основную часть и выводы;
- последовательность изложения основной части в основном выдержана;
- ответ в основном выдержан в соответствии с нормами грамматики и фонетики английского языка;
- допущены одна-две ошибки в ударениях, произношении и согласовании слов.

Оценка "удовлетворительно" ставится, если

- ответ отражает отдельные аспекты темы;
- ответ в основном правильный, но содержит одну-две фактические ошибки, которые обучающийся исправил самостоятельно после уточняющего вопроса;
- последовательность изложения в основном выдержана, обучающийся самостоятельно сформулировал выводы после напоминания;
- обучающийся допускает ошибки в грамматике или произношении слов.

Оценка "неудовлетворительно" ставится, если

- ответ не отражает содержания темы, содержит много фактических ошибок; - логика изложения отсутствует;
- речь малограмотная;
- отсутствует полноценный ответ.

Оценка за самостоятельную работу будет учитываться в текущих результатах.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	
6	
7	
8	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
-- социокультурную специфику страны/стран изучаемого языка; -- знание и соблюдение норм вежливости в межкультурном общении; -- правил информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет. -- строить своё речевое и неречевое поведение адекватно специфике страны/стран изучаемого языка; -- общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения; -- переводить с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля; -- вести разные виды диалога (в том числе		

комбинированный) объёмом до 9 реплик; -- воспринимать на слух и понимать звучащих до 2,5 минут аутентичных текстов; -- читать про себя и понимать несложные аутентичные тексты разного вида, жанра и стиля объёмом 600-800 слов; -- оценивать достоверность информации, её соответствие морально-этическим нормам; -- использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме.		

-постоянно повышать свой образовательный и культурный уровень; -правила речевого этикета, принятого в обществе; -актуальные модели речевой деятельности и цивилизованного речевого поведения в процессе деловой коммуникации; -правила оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках. -- проводить учебно-исследовательскую и проектную деятельность с использованием иностранного (английского) языка; способностью и готовностью к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания; -- правильно получать новое знание, интерпретировать, преобразовывать и применять его в различных учебных ситуациях, в том числе при создании учебных и социальных проектов; -- получать информацию из источников разных типов, в том числе на иностранном (английском) языке, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и		

интерпретацию информации различных видов и форм представления; -- создавать тексты на иностранном (английском) языке в различных форматах с учётом назначения информации и целевой аудитории;		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Чиронова, И. И. Английский язык для медиаспециальностей (B1-B2) : учебник для среднего профессионального образования / И. И. Чиронова, Е. В. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 471 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10502-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/565602.

2. Шевцова, Г. В. Английский язык для дизайнеров (B1-B2) : учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шевцова, Е. Б. Нарочная, Л. Е. Москалец ; под редакцией Г. В. Шевцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 288 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05809-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/563953

3. Изволенская, А. С. Английский язык для колледжей (A2-B2) : учебник для среднего профессионального образования / А. С. Изволенская, Е. Э. Кожарская ; под редакцией Л. В. Полубиченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16355-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/564765

б) дополнительная литература:

1. Невзорова, Г. Д. Английский язык. Грамматика : учебник для среднего профессионального образования / Г. Д. Невзорова, Г. И. Никитушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09886-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562160

2. Аитов, В. Ф. Английский язык (A1-B1+) : учебник для среднего профессионального образования / В. Ф. Аитов, В. М. Аитова, С. В. Кади. — 13-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 234 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08943-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562662

3. Гуреев, В. А. Английский язык. Грамматика (B2) : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Гуреев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17134-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/564988

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://www.collinsdictionary.com/ Англо-английский онлайн-словарь Collins

https://context.reverso.net/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/ Онлайн контекстуальный переводчик Context Reverso

https://29jul.zet-flix.online/serials/abstrakcija-iskusstvo-dizajna/ Zetflix -- сериал "Искусство дизайна"

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения занятий используется учебный кабинет.

Оборудование учебного кабинета:

1. столы, стулья для преподавателя и обучающихся по их количеству;
2. шкафы для хранения учебно-методической документации;
3. доска классная.

Технические средства обучения: компьютер, мультимедийный проектор ,экран, принтер.

Для совершенствования навыков аудирования и произношения ряд занятий проводится в лингафонном кабинете.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) преподаватель Корзухина Алина Андреевна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия социально-гуманитарных дисциплин

Рабочая программа учебной дисциплины

Физическая культура

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Физическая культура» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу на базе основного общего образования с учетом ФГОС СОО (с изменениями, внесенными в ФГОС СОО приказом Министерства просвещения РФ № 732 от 12 августа 2022 года, в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА (приказ Минобрнауки России от 21.07.2023 г. № 552)

Рабочая программа «Физическая культура» направлена на укрепление здоровья, повышение физического потенциала работоспособности обучающихся, на формирование у них жизненных, социальных и профессиональных мотиваций, на формирование эффективного взаимодействия и работы в коллективе и команде, а так же на использование средств физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержание необходимого уровня физической подготовленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен :

уметь:

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

знать:

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

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

- ***Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; (ОК 04.)***

Знать:

-работу в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

Уметь:

-брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения задания.

- ***Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности; (ОК 08.)***

Знать:

-знать основные принципы физической активности и её влияние на здоровье человека.
- знать о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;
- основы здорового образа жизни.

Уметь:

-уметь правильно выполнять базовые физические упражнения, такие как приседания, отжимания ,бег, ходьба, подтягивание на перекладине, подъём туловища .
- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ

ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (180 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	180
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	156
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	2
Практические занятия (Пр)	148
Зачет (З)	0,9
Текущие консультации (ТКонс)	5,1
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	24
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	З	Тконс		
Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке.									
1.	Сущность физкультуры и ее значение для развития гармоничной личности. Основы здорового образа жизни. Требования по технике безопасности при занятиях легкой атлетикой.	2	2	2					
Легкая атлетика									
2.	Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке.	4	4		4				
3.	Техника бега на короткие дистанции. Бег на выносливость.	26	26		6				
Волейбол и Баскетбол.									
4.	Волейбол	26	24		6			2	
5.	Баскетбол	10	8		4			2	
Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачёт.									
6.	Дифференцированный зачёт.	4	2			0,3	1,7	2	
Гимнастика с основами акробатики									
7.	Акробатика.	6	6		6				
8.	Спортивная гимнастика	6	6		6				
9.	Опорные прыжки	6	6		6				
10.	Атлетическая гимнастика	14	14		6				
Промежуточная аттестация.Дифференцированный зачёт									
11.	Дифференцированный зачёт	4	2			0,3	1,7	2	

Легкоатлетические упражнения									
12.	Беговые и прыжковые упражнения	24	24		4				
13.	Волейбол	12	12		6				
14.	Баскетбол	12	12		4				
Гимнастика с основами акробатики									
15.	Акробатика.	2	2		2				
16.	Атлетическая гимнастика	16	4		4			4	
Промежуточная аттестация.Дифференцированный зачёт									
17.	Дифференцированный зачёт	6	2			0,3	1,7	4	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Сущность физкультуры и ее значение для развития гармоничной личности. Основы здорового образа жизни. Требования по технике безопасности при занятиях легкой атлетикой.

Организация занятий физическими упражнениями различной направленности. Особенности самостоятельных занятий для юношей и девушек. Основные принципы построения самостоятельных занятий и их гигиена. Основные признаки утомления. Факторы регуляции нагрузки. Тесты для определения оптимальной индивидуальной нагрузки. Сенситивность в развитии профилирующих двигательных качеств.

Тема 2. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке.

Понятие о Физической культуре в общекультурной и профессиональной подготовке.

Тема 3. Техника бега на короткие дистанции. Бег на выносливость.

Различные виды бега.

Тема 4. Волейбол

Владение волейбольным мячом.

Тема 5. Баскетбол

Владение баскетбольным мячом.

Тема 6. Дифференцированный зачёт.

См.файл" Тесты по Физической подготовленности" в Приложении
темы для Дифференцированного зачёта:Легкая атлетика,Волейбол,Баскетбол.

Тема 7. Акробатика.

Развитие координации,гибкости,ловкости

Тема 8. Спортивная гимнастика

Развитие координации,гибкости,ловкости

Тема 9. Опорные прыжки

Развитие координации,гибкости,ловкости

Тема 10. Атлетическая гимнастика

Развитие координации,гибкости,ловкости,силы,выносливости

Тема 11. Дифференцированный зачёт

См.файл " Тесты по Физической подготовленности" в Приложении
темы для Дифференцированного зачёта: Акробатика,Атлетическая гимнастика,спортивная гимнастика.

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения

Различные виды бега.Развитие стартовой реакции.

Тема 13. Волейбол

Владение волейбольным мячом.

Тема 14. Баскетбол

Владение баскетбольным мячом.

Тема 15. Акробатика.

Развитие гибкости,координации,ловкости.

Тема 16. Атлетическая гимнастика

Развитие гибкости,координации,ловкости,силы.

Тема 17. Дифференцированный зачёт

См.файл "Тесты по Физической подготовленности" в Приложении

темы для Дифференцированного зачёта:Легкая атлетика,Волейбол,Баскетбол,Акробатика,атлетическая гимнастика.

Планы практических занятий

Тема 2. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке.. Сущность физкультуры и ее значение для развития гармоничной личности. Основы здорового образа жизни. Требования по технике безопасности при занятиях легкой атлетикой..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Техника безопасности на уроках физической культуры. Общие понятия о Физической культуре.

Тема 3. Техника бега на короткие дистанции. Бег на выносливость.. Сведения о легкой атлетике в системе физической культуры в училище. Классификация видов легкой атлетики. Предупреждение травматизма. Требования программа и нормативы по легкой атлетике. Начало бега (старт), стартовый разбег, бег по дисциплине и финиширование. Бег по дистанции. Положение плеч и рук на старте. Техника прыжка в длину с места..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 3. Техника бега на короткие дистанции. Бег на выносливость.. Расположение стартовых колодок. Последовательность выполнения команд. Работа рук и ног. Тест бега на 30 м с высокого старта (на результат). Последовательность движений при выполнении команд «На старт!». Положение бегуна на старте при выполнении команд «На старт!», «Внимание!». Начало бега по команде «Марш!». .

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 3. Техника бега на короткие дистанции. Бег на выносливость.. Прием теста (на результат) бега с низкого старта на 60 м. Техника бега по прямой (варианты стартов с колодок и без колодок). Основы техники легкоатлетических прыжков (углы отталкивания при различных прыжках). Техника высокого старта и стартового разбега. Развитие выносливости – медленный бег до 8 мин..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 3. Техника бега на короткие дистанции. Бег на выносливость.. Тактика бега». Ведение бега (знать намеченное место при начале бега). Техника метания мяча (финальное усилие при бросках с места). Специальные упражнения метателя..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 3. Техника бега на короткие дистанции. Бег на выносливость.. Техника прыжка в длину с разбега (разбег, отталкивание, полет и приземление). Повторный бег на отрезках. Специальные упражнения прыгуна. Техника метания мяча. Специальные и подготовительные упражнения метателя: держание мяча и бросок с места. Овладение финальным усилием при броске с места. Основы техники бега (на одно дыхательное движение (вдох и выдох) выполняется на 6 шагов). Техника метания малого мяча на результат с места..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 3. Техника бега на короткие дистанции. Бег на выносливость.. Прием контрольных нормативов бега на 1000-2000 м (без учета времени). Совершенствование техники бега по прямой, повороту, бег с низкого и высокого старта, переход от стартового разбега к бегу по дистанции, финиширование.

Марш-бросок: техника ходьбы, спортивного шага, техника бега, переход от ходьбы к бегу и от бега к ходьбе. Техника бега по дистанции. Команда «На старт!». Команда «Марш!».

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 4. Волейбол. Техника игры в нападении и защите. Техника игры в защите . Упражнения для развития прыгучести, ловкости, быстроты..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Владение волейбольным мячом.

Тема 4. Волейбол. Тактико-технические действия в игре волейбол.

Учебно-тренировочная игра.

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Владение волейбольным мячом.

Тема 4. Волейбол. Техника игры в нападении и защите. Тест – передача мяча двумя руками сверху у стены, в парах. Специальные упражнения волейболиста: упражнения на прыгучесть, упражнения с мячами, упражнения со скакалкой, бег прыжками, прыжки с отягощениями и т.д. Техника игры в защите и нападении. Прием контрольных нормативов по волейболу.

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Владение волейбольным мячом.

Тема 4. Волейбол. Техника игры в волейбол – передача мяча двумя руками сверху (положение кистей рук и распоряжение пальцев на мяче). Передача двумя руками сверху в различных направлениях: вперед, над собой, назад. Специальные и подготовительные упражнения волейболиста. Стойка волейболиста и передвижение по площадке..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Владение волейбольным мячом.

Тема 5. Баскетбол. Техника игры в нападении (передвижение, прыжки, остановки и повороты, ловля и передача). Стойки. Способы держания мяча, держание мяча при передаче, передача мяча двумя руками от груди, одной рукой от плеча, ловля мяча. Упражнения для развития силы. Упражнения с набивными мячами. Эстафеты. Остановки по сигналу. Упражнения для развития быстроты. Ловля мяча: летящего на средней высоте, летящего высоко, летящего низко. Ведение мяча: высокое и низкое. Развитие двигательных качеств: быстроты, прыгучести. .

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Владение баскетбольным мячом.

Тема 5. Баскетбол. Техника игры в нападении (передвижение, прыжки, остановки, повороты). Развитие двигательных качеств: прыгучести (упражнения через длинную и короткую скакалку, эстафеты и игры с прыжками, серийные прыжки в течение 10, 15, 30 сек.). Упражнения для развития ловкости (броски мяча вверх с поворотом на 180 и 360 градусов во время полета мяча, броски мяча вверх-назад и ловля двумя руками за спиной)..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Владение баскетбольным мячом.

Тема 7. Акробатика.. Перекаты: вперёд, назад. Кувырки вперёд, назад в группировке из различных исходных положений; вперёд прыжком. Совершенствование акробатических элементов в комбинации. Стойки: на лопатках, голове, на руках у стенки..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Развитие координации,гибкости,ловкости

Тема 8. Спортивная гимнастика . Упражнения на перекладине: потягивание, размахивания в висе. Подъёмы: силой из виса в упор, переворот из виса в упор. Упражнения на брусьях: размахивания в упоре на предплечьях. Кувырок вперёд из положения ноги врозь..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Развитие координации,гибкости,ловкости

Тема 9. Опорные прыжки . Прыжок согнув ноги, ноги врозь через козла в ширину и длину. Прыжок через коня в длину. Прыжки через комбинированные снаряды. Наскок на мостик и отталкивание..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Развитие координации,гибкости,ловкости

Тема 10. Атлетическая гимнастика . Выполнения упражнений со штангой, гирей (жим, приседание и т.п.). .

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие координации,гибкости,ловкости,силы,выносливости

Тема 10. Атлетическая гимнастика . Упражнения с отягощениями. Упражнения с собственным весом тела. Планирование тренировок и нагрузок в атлетической гимнастике. Инструктаж по ТБ на уроках атлетической гимнастики. Разучивание техники выполнения упражнений со штангой (жим, приседание и т.п.). Совершенствование техники отжимания..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Развитие координации,гибкости,ловкости,силы,выносливости

Тема 10. Атлетическая гимнастика . Разучивание техники выполнения упражнений со штангой (жим, приседание и т.п.)..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие координации,гибкости,ловкости,силы,выносливости

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения. Сведения о легкой атлетике в системе физической культуры в училище. Классификация видов легкой атлетики. Предупреждение травматизма. Требования программа и нормативы по легкой атлетике. Начало бега (старт), стартовый разбег, бег по дисциплине и финиширование. Бег по дистанции. Положение плеч и рук на старте. Техника прыжка в длину с места..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения. Начало бега (старт), стартовый разбег, бег по дисциплине и финиширование. Бег по дистанции. Положение плеч и рук на старте. Техника прыжка в длину с места..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения. асположение стартовых колодок. Последовательность выполнения команд. Работа рук и ног. Тест бега на 30 м с высокого старта (на результат). Последовательность движений при выполнении команд «На старт!». Положение бегуна на старте при выполнении команд «На старт!», «Внимание!». Начало бега по команде «Марш!»..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения. Прием теста (на результат) бега с низкого старта на 60 м. Техника бега по прямой (варианты стартов с колодок и без колодок). Основы техники легкоатлетических прыжков (углы отталкивания при различных прыжках). .

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения. «Тактика бега». Ведение бега.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения. Техника прыжка в длину с разбега (разбег, отталкивание, полет и приземление). Повторный бег на отрезках. Специальные упражнения прыгуна. Техника метания мяча. Специальные и подготовительные упражнения метателя: держание мяча и бросок с места. Овладение финальным усилием при броске с места. Основы техники бега (на одно дыхательное движение (вдох и выдох) выполняется на 6 шагов). Техника метания малого мяча на результат с места..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения. Прием контрольных нормативов бега на 1000-2000 м (без учета времени)..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 12. Беговые и прыжковые упражнения. Совершенствование техники бега по прямой, повороту, бег с низкого и высокого старта, переход от стартового разбега к бегу по дистанции, финиширование. Марш-бросок: техника ходьбы, спортивного шага, техника бега, переход от ходьбы к бегу и от бега к ходьбе. Техника бега по дистанции. Команда «На старт!». Команда «Марш!».

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Развитие скорости,выносливости,силы.Виды бега,прыжковые упражнения,метание.

Тема 13. Волейбол. Техника игры в волейбол – передача мяча двумя руками сверху (положение кистей рук и распоряжение пальцев на мяче). Передача двумя руками сверху в различных направлениях: вперед, над собой, назад. Специальные и подготовительные упражнения волейболиста. Стойка волейболиста и передвижение по площадке..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Владение волейбольным мячом.

Тема 13. Волейбол. Техника игры в нападении и защите. Тест – передача мяча двумя руками сверху у стены, в парах. Специальные упражнения волейболиста: упражнения на прыгучесть, упражнения с мячами, упражнения со скакалкой, бег прыжками, прыжки с отягощениями и т.д. Техника игры в защите и нападении. Прием контрольных нормативов по волейболу. Учебная игра. .

Время - 6 час.

Основные вопросы:

Владение волейбольным мячом.

Тема 14. Баскетбол. Техника игры в нападении (передвижение, прыжки, остановки и повороты, ловля и передача). Стойки. Способы держания мяча, держание мяча при передаче, передача мяча двумя руками от груди, одной рукой от плеча, ловля мяча. Упражнения для развития силы. Упражнения с набивными мячами. Эстафеты. Остановки по сигналу. Упражнения для развития быстроты. Ловля мяча: летящего на средней высоте, летящего высоко, летящего низко. Ведение мяча: высокое и низкое. Развитие двигательных качеств: быстроты, прыгучести. .

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Владение баскетбольным мячом.

Тема 14. Баскетбол. Техника игры в нападении (передвижение, прыжки, остановки, повороты). Развитие двигательных качеств: прыгучести (упражнения через длинную и короткую скакалку, эстафеты и игры с прыжками, серийные прыжки в течение 10, 15, 30 сек.). .

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Владение баскетбольным мячом.

Тема 14. Баскетбол. Техника игры в нападении и защите. Передача мяча. Ловля мяча. Ведение мяча. Бросок двумя руками от груди..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Владение баскетбольным мячом.

Тема 15. Акробатика. . Перекаты: вперёд, назад. Кувырки вперёд, назад в группировке из различных исходных положений; вперёд прыжком. Совершенствование акробатических элементов в комбинации. Стойки: на лопатках, голове, на руках у стенки..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Развитие гибкости,координации,ловкости.

Тема 16. Атлетическая гимнастика. Упражнения с отягощениями. Упражнения с собственным весом тела. Планирование тренировок и нагрузок в атлетической гимнастике. Инструктаж по ТБ на уроках атлетической гимнастики. Разучивание техники выполнения упражнений со штангой (жим, приседание и т.п.). Совершенствование техники отжимания.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Развитие гибкости,координации,ловкости,силы

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Методические рекомендации по выполнению заданий для самостоятельной работы обучающимся.

Цель: углубление и расширение изученных тем,самостоятельное овладение общающимися новой учебной информацией,расширение его представлений в области Физическая культура,обеспечение эффективности самостоятельной работы общающихся на основе организации её выполнения.

Задачи: Использую лекционный материал ,учебники и пособия из списка основной литературы к данной дисциплине,выполнить Задания 1 и 2 в рамках ОК 4 и ОК 8.

Для выполнения заданий по самостоятельной работе рекомендуется использовать материалы учебников и интернет-источников:

1.Физическая культура : учебник для среднего профессионального образования / под редакцией Е. В. Конеевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 609 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18616-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:. https://urait.ru/bcode/565611

2.Аллянов, Ю. Н. Физическая культура : учебник для среднего профессионального образования / Ю. Н. Аллянов, И. А. Письменский. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 450 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18496-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562057

3.Здоровый образ жизни https://izobrb.ru/novosti1/nasha_novostnaya_lenta/zdorovyj_obraz_zhizni/

оценка – 5 («отлично) ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания.

- оценка – 4 («хорошо»)ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем.

- оценка 3 («удовлетворительно»)ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеющим обосновывать свои суждения.

- оценка 2 («неудовлетворительно»)ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать.

Общие требования к составлению и оформлению презентации:

Подготовка мультимедийной презентации проводится во внеаудиторное время, защита презентации - в аудиторное время.

• Формат презентации - PowerPoint Presentation

• Структура презентации

Первый слайд - Указание темы и фамилия имя автора;

Второй слайд - план презентации – по пунктам;

Далее слайды – раскрывающие изложение материала;

Последний слайд – список источников, литературы и интернет-ресурсов.

• Количество слайдов не менее 15-ти.

• Сбалансированное соотношение текста и иллюстраций (иллюстрации должны быть подписаны).

• Требования к изложению темы:

Содержательность: глубина, полнота и конкретность освещения темы (проблемы).

Логичность: последовательность изложения, его пропорциональность, обоснование теоретических положений фактами или обобщение фактов и формулирование выводов.

Концептуальность изложения: рассмотрены различные точки зрения (концепции), выражено свое отношение.

Риторика: (богатство речи): лаконичность, образное выражение мыслей и чувств путем использования различных языковых средств, выбора точных слов, эпитетов и т.п.; правильность и чистота речи; владение исторической терминологией.

• Презентация должна быть выдержана в одном стиле оформления

Критерии оценки защиты мультимедийной презентации:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к созданию мультимедийной презентации: обозначена тема, выполнен краткий анализ различных источников по данной теме, сформулированы выводы, выдержан объём, соблюдены требования к оформлению, выдержан единый стиль оформления.

Оценка 4 – основные требования созданию мультимедийной презентации и ее защите выполнены, но при этом допущены недочёты: имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность; не выдержан объём презентации; имеются упущения в оформлении: не полностью соблюден единый стиль оформления.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к созданию мультимедийной презентации: не полностью раскрыта тема, имеются существенные недочеты в оформлении.

Оценка 2 – тема презентации не раскрыта, не соблюден единый стиль оформления слайдов.

ТРЕБОВАНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭССЕ

Творческая работа должна быть выполнена аккуратно, разборчивым почерком, без сокращения слов.

К работе обучающегося предъявляется ряд требований, относящихся к содержанию, языку и стилю изложения.

1. Объём работы

Объём работы должен быть не менее 100 и не более 300 слов, включая предлоги. Если данный объём работы выдержан, поступающий получает 1 балл.

2. Соответствие теме

Содержание работы оценивается по следующим критериям:

• Содержание соответствует предложенной теме. Содержательной считается работа, в которой тема раскрыта и все мысли подчинены общей идее. Тема должна быть понята правильно и раскрыта достаточно полно;

• Фактические (не грамматические!) ошибки отсутствуют или имеются единичные фактические неточности.

При соблюдении данных требований обучающийся получает 1 балл.

3. Соблюдение норм русского литературного языка

Соответствие нормам литературного языка оценивается по следующим критериям:

• Правильное построение словосочетаний и предложений;

• Согласование слов в роде, числе и падеже;

• Не допускается смешение прямой и косвенной речи;

• Правильное построение предложений с однородными членами, обособленными конструкциями;

• Правильное образование новых слов и форм слова;

• Стилистическое единство текста;

• Употребление слов, свойственных литературному языку (без жаргонизмов, диалектизмов, молодёжного сленга и т.п.).

Если допущено не более трех ошибок данного типа, обучающийся получает 2 балла.

Эссе оценивается по двухбалльной системе «зачёт» или «незачёт».

Более 3 баллов - «зачёт»

Менее 3 баллов - «незачёт».

Критерии оценки выступления с докладом:

Оценка 5 - выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к докладу и их защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований: тема освещена лишь

частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка 2 – тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний предоставляются обучающимися преподавателю в печатном или устном виде в течение семестра по мере их выполнения, но до проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	Знать правила и судейство игр в волейбол и баскетбол
2	Знать командные тактико-технические действия в игре волейбол и баскетбол.
3	Знать технику выполнения дыхательной гимнастики и растяжки.
4	Составить план восстановления после интенсивной тренировки, включая растяжку и отдых.

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	Подготовить презентацию на тему: "Тактико-технические действия в игре волейбол", "Тактико-технические действия в игре баскетбол".
6	Написать эссе на тему " Тактико-технические действия в игре волейбол", " Тактико-технические действия в игре баскетбол".
7	Написать доклад на тему: "Польза дыхательной гимнастики и растяжки
8	Написать эссе на тему "Мой активный выходной день".

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

-работу в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. -брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения задания.	Оценка уровня развития физических качеств занимающихся наиболее целесообразно проводить по приросту к исходным показателям. Для этого организуется тестирование в контрольных точках: На входе – начало учебного года, семестра; На выходе – в конце учебного года, семестра, изучения темы программы. оценка – 5 («отлично) ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания. - оценка – 4 («хорошо»)ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем. - оценка 3 («удовлетворительно») ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеющим обосновывать свои суждения. - оценка 2 («неудовлетворительно») ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать - грамотное использование терминологии в ходе практических занятий; - знание и понимание материала.	-сдача контрольных нормативов по физической подготовленности -сдача промежуточных нормативов по физической подготовленности -Реферат для лиц, временно освобожденных от практических занятий -активное участие на практических занятиях, соревнованиях -дифференцированный зачёт

-знать основные принципы физической активности и её влияние на здоровье человека. - знать о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; - основы здорового образа жизни. -уметь правильно выполнять базовые физические упражнения, такие как приседания, отжимания ,бег, ходьба, подтягивание на перекладине, подъём туловища . - использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей.		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	см.файл " ФОС для текущего контроля".в Приложении

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	вопросы к зачёту 1-15
2	1. Расскажите, когда были проведены Олимпийские игры. 2. Расскажите, когда были проведены Олимпийские игры современности. 3.Назовите год, когда были первые Олимпийские игры в Москве. 4.Назовите недостаток двигательной активности людей. 5.Расскажите о недельной норме двигательной активности студентов. 6.Расскажите о костной системе человека. 7.Назовите основной источник энергии для мышечного волокна. 8.Назовите основные элементы здорового образа жизни студента. 9. Назовите обычную норму ночного сна студента. 10.Назовите оптимальный двигательный режим для студента. 11.Расскажите о личной гигиене. 12.Назовите среднее учебное время студента. 13.Расскажите о повышении эффективности занятий физическими упражнениями. 14.Назовите средства физического воспитания. 15.Расскажите об общей физической подготовке (ОФП).

3	вопросы к зачёту 16-30
4	16.Расскажите о различии спорта высших достижений и массовым спортом. 17.Расскажите, когда гигиеническая гимнастика включается в распорядок дня. 18.Расскажите о самоконтроле и учет при проведении самостоятельных занятий. 19.Дайте определению Спорт. 20.Проанализируйте структуру спортивной классификации. 21.Расскажите о присвоении спортивных разрядов. 22. Расскажите о подбор средств ППФП (профессионально-прикладная физическая подготовка). 23.Проанализируйте основные признаки физического развития. 24.Назовите основные виды диагностики физического развития. 25.Назовите цель ППФП (профессионально-прикладная физическая подготовка). 26.Укажите средства развития силы, в упражнениях с весом собственного тела. 27.Дайте определение - Производственной физической культуре. 28.Дайте определение - Производственная гимнастика. 29.Опишите Утреннюю гигиеническую гимнастику. 30. Назовите формы производственной гимнастики.

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения задания.
2	Выполнить технико-тактические приёмы в игровой деятельности.
3	Выполнить комплекс упражнений атлетической гимнастики для рук и плечевого пояса, мышц спины и живота, мышц ног с использования собственного веса.
4	Выполнить упражнения аэробного характера для совершенствования функциональных систем организма(дыхательной, сердечно-сосудистой).

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Стеблецов, Е. А. Гигиена физической культуры и спорта : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Стеблецов, А. И. Григорьев, О. А. Григорьев. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 308 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16822-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568562

2. Аллянов, Ю. Н. Физическая культура : учебник для среднего профессионального образования / Ю. Н. Аллянов, И. А. Письменский. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 450 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18496-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562057

3. Физическая культура : учебник для среднего профессионального образования / под редакцией Е. В. Конеевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 609 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18616-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:. https://urait.ru/bcode/565611

б) дополнительная литература:

1. Муллер, А. Б. Физическая культура : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Б. Муллер, Н. С. Дядичкина, Ю. А. Богащенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 424 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02612-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560907

2. Теория и история физической культуры и спорта в 3 т. Том 2. Олимпийские зимние игры : учебник для среднего профессионального образования / Г. Н. Германов, А. Н. Корольков, И. А. Сабирова, О. И. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16321-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/565829

3. Теория и история физической культуры и спорта в 3 т. Том 1. Игры олимпиад : учебник для среднего профессионального образования / Г. Н. Германов, А. Н. Корольков, И. А. Сабирова, О. И. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 749 с. — (Профессиональное образование). —. ISBN 978-5-534-16545-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/565828

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.gto.ru ВФСК ГТО
https://dzen.ru/a/ZqIr1I3cDxos8Nc6 история Олимпийских игр
https://prime-sport.ru/articles/pravila-igry-v-basketbol правила баскетбола
https://sportmail.ru/article/volleyball/64931879/ правила волейбола
https://izobrb.ru/novosti1/nasha_novostnaya_lenta/zdorovyj_obraz_zhizni/ здоровый образ жизни

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения практических занятий используются:

многофункциональный спортивный зал (площадь 272,4 м2), ул. Вилиса Лациса, д.8, к.1, приспособлен для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья;

многофункциональный спортивный зал (площадь 660 м2), ул. Авиамоторная д. 55, к. 31, приспособлен для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья;

открытый стадион широкого профиля (площадь 998 м2), ул. Вилиса Лациса, д.8, к. 1, приспособлен для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья;

спортивный зал (площадь 170,8 м2), ул. Авиамоторная д. 55, к. 5, приспособлен для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) преподаватель Мосина Елизавета Юрьевна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия социально-гуманитарных дисциплин

Рабочая программа учебной дисциплины

Основы бережливого производства

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина СГ.04 Основы бережливого производства является обязательной частью социально-гуманитарного цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО и является составной частью подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама. Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама, утверждена Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 №552.

Цель дисциплины Основы бережливого производства в рамках 42.02.01 Реклама — дать представление о ценностях и принципах бережливого производства, а также об инструментах для решения его проблем.

Некоторые задачи, которые решаются в рамках дисциплины:

- обучение использованию методов планирования и организации работы подразделения;
- анализ организационных структур управления;
- проведение работы по мотивации трудовой деятельности персонала;
- обучение приёму эффективных решений с использованием системы методов управления;
- обучение организации рабочего места и трудовой деятельности с учётом основ бережливого производства.

Изучение основ бережливого производства у обучающихся по специальности 42.02.01 Реклама направлено на формирование компетенций, связанных с оптимизацией бизнес- процессов, ресурсосбережением и повышением эффективности профессиональной деятельности.Это позволяет выпускникам применять принципы бережливости в управлении рекламными проектами, минимизации издержек и улучшении качества услуг.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

Уметь:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

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

Знать:

- принципы и концепцию бережливого производства;
- основы картирования потока создания ценностей;
- методы выявления, анализа и решения проблем производства;
- инструменты бережливого производства;
- принципы организации взаимодействия в цепочке процесса;
- виды потерь и методы их устранения;
- современные технологии повышения эффективности;
- технологии внедрения улучшений;
- технологии вовлечения персонала в процесс непрерывных улучшений;
- систему подачи предложений.

Уметь:

- осуществлять профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства;
- моделировать производственный процесс и строить карту потока создания ценностей;
- применять методы диагностики потерь и устранять потери в процессах производства;
- применять ключевые инструменты анализа и решения проблем, оценивать затраты на несоответствие;
- организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям;
- применять инструменты бережливого производства в соответствии со спецификой бизнес-процессов организации производства.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетных единицы (36 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	36
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	32
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	20
Практические занятия (Пр)	10
Зачет (З)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем	Сам. раб.	Формируемые результаты

			Всего	Л	Пр	З	Тконс		обучения
1.	Основные понятия и исторические аспекты бережливого производства	7	6	4	2			1	
2.	Модель внедрения бережливого производства	5	4	2	2			1	
3.	Философия бережливого производства	7	6	4	2			1	
4.	Совершенствование производственных процессов и снижение потерь	6	6	4	2				
5.	Управление персоналом в системе бережливого производства	8	8	6	2				
Промежуточная аттестация									
6.	Промежуточная аттестация (зачет)	3	2			0,3	1,7	1	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Основные понятия и исторические аспекты бережливого производства

Понятие и особенности бережливого производства. Причины возникновения необходимости перехода к бережливому производству. История возникновения бережливого производства.

Отличительные особенности массового и бережливого производства.

Тема 2. Модель внедрения бережливого производства

Классификация проблем эффективного управления промышленным предприятием.

Модель бережливого производства. Колесо бережливого производства.

Тема 3. Философия бережливого производства

Сокращение потерь. Формирование культуры бережливого производства.

Обучение сотрудников.

Разработка принципов и стратегии бережливого производства. Ключевые показатели эффективности.

Тема 4. Совершенствование производственных процессов и снижение потерь

Технологии анализа. Методы 5W – 2H, 3MU, 4M, VSM.

Технологии улучшений 5S, TPM, SMED, КАНБАН.

Тема 5. Управление персоналом в системе бережливого производства

Целеполагание в бережливой организации. Система подачи предложений. Методы преодоления сопротивления изменениям.

Технологии вовлечения персонала. Технологии мотивации и стимулирование качества.

Производственная культура на рабочем месте. Квалификация персонала и обучение.

Тема 6. Промежуточная аттестация (зачет)

Итоговый тест на темы:

1.Основные понятия и исторические аспекты бережливого производства.

2.Модель внедрения бережливого производства.

3.Философия бережливого производства.

4.Совершенствование производственных процессов и снижение потерь.

5.Формирование «команды процесса».

Смотри файл "Дифференцированный зачет. Итоговый тест" в приложении

Планы практических занятий

Тема 1. Основные понятия и исторические аспекты бережливого производства. Сравнение массового и бережливого производства.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Устный опрос

Заполнение таблицы

Обсуждение

Тестирование

См. файл "Практическая работа "Сравнение массового и бережливого производства"" в Приложении

Тема 2. Модель внедрения бережливого производства. Бережливое производство как способ повышения эффективности деятельности.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Устный опрос

Работа в группах (командная игра)

Заполнение таблиц и подготовка отчета.

См. файл Практическая работа "Бережливое производство как способ повышения эффективности деятельности" в приложении

Тема 3. Философия бережливого производства. Формирование культуры бережливого производства.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Устный опрос

Работа в группах (командная игра)

Заполнение таблиц

См. файл Практическая работа "Формирование культуры бережливого производства" в приложении

Тема 4. Совершенствование производственных процессов и снижение потерь. Методы диагностики скрытых потерь.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Устный опрос

Составление карты потока создания ценностей

Тестирование

Заполнение глоссария

См. файл Практическая работа "Методы диагностики скрытых потерь" в приложении

Тема 5. Управление персоналом в системе бережливого производства. Формирование «команды процесса».

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Устный опрос

Подготовка презентаций и докладов

Тестирование

Формирование отчета

Поиск и анализ литературы и источников. Заполнение глоссария.

Файл Практическая работа "Формирование «команды процесса»" см. в приложении

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний

1. Заполнение глоссария
2. Поиск и анализ источников и литературы
3. Подготовка сообщений и презентаций
4. Подготовка докладов
5. Составление и заполнение таблиц

1. Рекомендации по заполнению глоссария.

Использование глоссария способствует прояснению, запоминанию и уточнению ключевых понятий дисциплины. Глоссарий охватывает все узкоспециализированные термины, встречающиеся в тексте. Глоссарий должен содержать не менее 50 терминов, они должны быть перечислены в алфавитном порядке, соблюдена нумерация. Глоссарий должен быть оформлен по принципу реферативной работы, в обязательном порядке присутствует титульный лист и нумерация страниц. Объем работы должен составлять 10-15 страниц. Тщательно проработанный глоссарий помогает избежать разночтений и улучшить в целом качество всей документации. В глоссарии включаются самые частые термины и фразы, а также все ключевые термины с толкованием их смысла. Глоссарии могут содержать отдельные слова, фразы, аббревиатуры, слоганы и даже целые предложения. По каждой теме в глоссарии должно содержаться не менее 10 терминов. Термины должны быть расположены в алфавитном порядке внутри каждой темы. Все термины из глоссария должны быть понятны обучающемуся. При проверке терминологии возможно объяснение сути термина своими словами.

Глоссарий оценивается в конце курса по следующим критериям: зачтено - содержание глоссария соответствует заданной теме, правильно определена цель составления глоссария, просмотрен и изучен лексико-грамматический и дополнительный материал по теме, выдержаны все требования к его оформлению; не зачтено - слова и их толкование не соответствуют заданной теме, обнаруживается существенное непонимание проблемы, не правильно определена цель составления глоссария, не просмотрен и не изучен лексико-грамматический и дополнительный материал по теме, выдержаны не все требования к его оформлению.

2. Рекомендации по поиску и анализу источников и литературы.

Найдите литературу и источники, максимально соответствующие теме (заданию) и рекомендованные преподавателем. Ознакомьтесь с аннотацией книги, ее содержанием по оглавлению. Найдите необходимый материал и бегло просмотрите его содержание. Определите форму записи (конспект, тезисы, цитаты, выписки, факты), составьте план и обсудите с преподавателем. Выпишите незнакомые слова и найдите их определение в словаре или спросите у преподавателя. Выполните краткий конспект. В конце своих записей сделайте резюме к тексту.

Данная категория оценивается в зависимости от конечной цели поиска и анализа литературы и источников.

3. Рекомендации по подготовке сообщений и презентаций.

Внимательно прочитайте тему выступления, составьте предполагаемый план раскрытия темы, обсудите его с преподавателем. При работе с источниками информации тщательно отбирайте примеры, факты, следите за логикой их обоснования. Помните, что объем вашего выступления не должен выходить за предложенные преподавателем нормы. Выберите из подготовленного текста наиболее существенные моменты будущего выступления и согласуйте с преподавателем. При пересказе текста интонацией выделяйте существенные моменты. При необходимости сопроводите свое выступление иллюстрациями или подготовьте презентацию. Презентация должна быть краткой, доступной и целостной. Не увлекайтесь художествами (красивый фон с цветочками и градиентным цветом оставьте для уроков рисования), главное в презентации – содержание. Придерживайтесь единого стилевого оформления. Не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более трех цветов или трех типов шрифта. Оформление слайда не должно отвлекать от его содержательной части. Не все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле. Делайте для каждого слайда уникальный заголовок. Пять слайдов с одним и тем же заглавием – и зрители перестанут вообще смотреть на заголовки. Выводите информацию на слайд постепенно. Пусть слова и картинки появляются параллельно вашей «озвучке»: так понятнее, чем вести рассказ по статичному слайду. Используйте анимацию только в том случае, когда это действительно необходимо. Лишняя анимация только отвлекает.

На одном слайде не должно быть слишком много информационных блоков, обычно до 3. Ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить. Наиболее важную информацию –

поместить в центр слайда. Приводите факты, цифры, графики - это хорошая поддержка для вашего выступления. Голый текст никого не заинтересует (если вы, конечно, не несете слушателям свет новой истины). Применяйте высококонтрастные цвета, крупные шрифты и четкие иллюстрации. В противном случая сидящие на задних рядах ничего не разберут на экране. Фотографии, рисунки и другие иллюстрации старайтесь размещать на отдельных слайдах. То же относится большим диаграммам, таблицам, схемам и графикам. Не переписывайте в презентацию свой доклад. В идеале – вообще ни одно слово доклада не должно дублироваться в слайдах. Исключение – имена собственные, темы, даты, термины. Презентация – это вспомогательный инструмент, иллюстрирующий вашу речь. Рассчитывайте количество слайдов в презентации по формуле – один слайд на 2-3 минуты. Это средняя частота смены кадров. Любые материалы, скопированные из интернета, имеют своих авторов. Не забывайте указывать источники информации.

Критерии оценки: 1. Соответствие теме. Содержание должно полностью соответствовать заявленному вопросу, 2. Полнота раскрытия темы. Важно, чтобы работа раскрывала тему полностью, рассматривала дискуссионные вопросы, 3. Логичность и последовательность изложения. Слайды должны быть расположены логично, с чёткими выводами, 4. Оформление. Учитывается единый стиль, цветовая гамма, использование анимации, видеовставок, звуковых фрагментов, 5. Иллюстрации должны помогать раскрыть тему, не отвлекать от содержания.

Выставление оценок: «Отлично» — работа соответствует критериям, тема раскрыта полностью, использованы научные источники. «Хорошо» —презентация соответствует теме, но заявленная тема раскрыта недостаточно полно, есть недочёты в оформлении. «Удовлетворительно» — содержание работы не полностью соответствует теме, заявленная тема раскрыта недостаточно полно, нарушена логичность в расположении слайдов. «Неудовлетворительно» — презентация не соответствует теме, содержание изложено не научным стилем.

4. Рекомендации по подготовке докладов.

Приступая к докладу, на первом этапе, нужно собрать информацию. Можно использовать книги, статьи, научные публикации и интернет-ресурсы. Во время исследования нужно делать заметки, выделяя ключевые моменты, факты и примеры. Затем доклад нужно структурировать . Обычно он включает три раздела: Введение. Здесь нужно представить тему и объяснить её актуальность. Основная часть. Её нужно разделить на несколько логически связанных частей. Каждая часть должна содержать ключевые идеи и факты. Заключение. Нужно подвести итоги, сделать выводы, дать рекомендации или предложить направления для дальнейшего изучения темы.

Подготовить визуальные материалы. Если доклад предполагает наличие презентации, нужно создать слайды, которые помогут визуализировать информацию. Доклад нужно отрепетировать. Нужно проговорить вслух свой доклад несколько раз, чтобы почувствовать ритм и темп. Это также поможет выявить слабые места и внести необходимые коррективы.

Подготовиться к возможным вопросам от аудитории. Подумать, какие аспекты темы могут вызвать интерес или сомнения у слушателей, и порепетировать ответы. Настроить себя перед выступлением. Перед чтением доклада важно успокоиться и настроиться на позитивный лад. Во время выступления нужно поддерживать визуальный контакт с аудиторией.

Критерии оценки: 1. Качество доклада - учитывается чёткость, логичность, выразительность изложения, 2. Композиция - оценивается стройность и последовательность изложения, наличие введения, цели, задач, выводов, 3. Качество ответов на вопросы - учитывается, насколько чётко докладчик отвечает на вопросы, 4. Использование демонстрационного материала - оценивается, использовался ли демонстрационный материал, как он оформлен, 5. Чёткость выводов - учитывается, насколько выводы обоснованы и характеризуют работу, 6. Владение материалом - оценивается, насколько докладчик демонстрирует знания по теме, владение терминологией, 7. Культура речи, ораторское мастерство - учитывается, насколько докладчик умеет удерживать внимание аудитории, использовать риторические вопросы, паузы и другие элементы. 8. Соблюдение регламента - оценивается, насколько докладчик уложился в отведённое время, исключил из текста всё, не относящееся к теме.

Выставление оценок: "Отлично" - ставится, если выполнены все требования: актуальность темы, соответствие содержания теме, глубина проработки материала, грамотность и полнота использования источников, наличие элементов наглядности.

"Хорошо"- основные требования к докладу выполнены, но допущены недочёты: неточности в изложении, отсутствие логической последовательности, не выдержан объём, есть упущения в оформлении.

"Удовлетворительно" - имеются существенные отступления от требований: тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует заключение.

"Неудовлетворительно" - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

5. Рекомендации по составлению и заполнению таблиц.

Таблица должна быть выразительной и компактной. Лучше делать несколько небольших по объёму, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования. Название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично. В таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения. При отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире. Значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности. Таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом. Если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения. В больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа.

Критерии оценивания таблицы:

"Отлично» - оформление и содержание таблицы соответствует требованиям к оформлению; выполнен правильный отбор информации, установлена логичность структуры таблицы; представлена характеристика элементов в краткой форме; присутствует наличие обобщающего (систематизирующего, структурирующего, сравнительного) характера изложения информации; работа оформлена и предоставлена в установленный срок.

"Хорошо» - оформление и содержание таблицы соответствует требованиям к оформлению; выполнен правильный отбор информации, установлена логичность структуры таблицы; представлена характеристика элементов в краткой форме; отсутствует наличие обобщающего (систематизирующего, структурирующего) характера изложения информации; работа оформлена и предоставлена в установленный срок.

"Неудовлетворительно» - работа не выполнена или содержит материал не по вопросу.

Во всех остальных случаях работа оценивается на «удовлетворительно».

Рекомендуется использовать следующую литературу:

1. Организация производства : учебник для среднего профессионального образования / И. Н. Иванов [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 546 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16518-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531216

2. Организация производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. С. Леонтьева [и др.] ; под редакцией Л. С. Леонтьевой, В. И. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 279 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17052-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532285

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	Ознакомиться с терминами, встречающимися в лекциях и на практических занятиях
2	Найти и проанализировать материал по теме "Модель внедрения бережливого производства", делая упор на проблемы и организацию бережливого производства в сфере рекламы
3	Ознакомиться с историей и основными принципами бережливого производства, принципами формирования сильной организационной культуры и вовлечения сотрудников.
4	Найти и проанализировать материал по теме "Философия бережливого производства", сделав упор на формирование бережливого мышления и изучение ключевых причин возникновения проблем

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания

5	Разработать глоссарий по всем темам курса.
6	Подготовить доклады и составить презентации по темам: 1. Проблемы эффективного управления в области рекламы; 2. Организация и управление бережливого производства в сфере рекламы.
7	Заполните таблицы: 1. Принципы формирования сильной организационной культуры и вовлечения сотрудников, 2. Принципы, пословицы, поговорки, афоризмы, высказывания Файл Практическая работа: Формирование культуры бережливого производства см. в приложении
8	Подготовить доклады и составить презентации по темам: 1. Проблемно-ориентированное мышление 2. определение ключевых причин возникновения проблемы

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности. - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы	- знание и понимание материала; - грамотное использование терминологии в ходе устных и письменных ответов. - критическое мышление и решение проблем; - коммуникативные навыки.	- устные опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины; - письменные опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины; - сообщения или доклады в ходе практических занятий. - выполнение заданий в ходе практических занятий; - выполнение заданий и упражнений, рекомендованных для самостоятельной работы.

решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).		

- принципы и концепцию бережливого производства; - основы картирования потока создания ценностей; - методы выявления, анализа и решения проблем производства; - инструменты бережливого производства; - принципы организации взаимодействия в цепочке процесса; - виды потерь и методы их устранения; - современные технологии повышения эффективности; - технологии внедрения улучшений; - технологии вовлечения персонала в процесс непрерывных улучшений; - систему подачи предложений. - осуществлять профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства; - моделировать производственный процесс и строить карту потока создания ценностей; - применять методы диагностики потерь и устранять потери в процессах производства; - применять ключевые инструменты анализа и решения проблем, оценивать затраты на несоответствие; - организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по		

улучшениям; - применять инструменты бережливого производства в соответствии со спецификой бизнес-процессов организации производства.		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	См. "ФОС для текущего контроля" в Приложении

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	Решите итоговый тест (С 1 по 60 вопросы)
2	См. файл "Дифференцированный зачет. Итоговый тест" в Приложении.
3	Решить итоговый тест (С 1 по 60 вопросы)
4	См. файл "Дифференцированный зачет. Итоговый тест" в Приложении.

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	Создайте карту потока ценностей (три состояния) на примере создания рекламного буклета. Произведите расчёт показателей потока создания ценностей по карте, созданной ранее.
2	Создайте пошагово диаграмму Ишикава по проблеме затягивания сроков выполнения заказов.
3	Составьте граф-связей (диаграмму связей) по проблеме недовольства заказчика готовым продуктом.
4	Воспользуйтесь инструментом анализа проблем "5 почему" и ответьте на вопрос: "Почему встречаются ошибки в настройке контекстной рекламы?"

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Воробьева, И. П. Экономика и организация производства : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10672-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518004

2. Организация производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. С. Леонтьева [и др.] ; под редакцией Л. С. Леонтьевой, В. И. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 279 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17052-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532285

3. Организация производства : учебник для среднего профессионального образования / И. Н. Иванов [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 546 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16518-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531216

б) дополнительная литература:

1. Организация производства. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Иванов [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Иванова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 362 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10590-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513365

2. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11053-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518212

3. Иванов, И. Н. Организация труда на промышленных предприятиях : учебник для среднего профессионального образования / И. Н. Иванов, А. М. Беляев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12300-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518248

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (онлайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (онлайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://algoritminfo.ru/ algoritminfo.ru Информационно-образовательный ресурс о бережливых технологиях и повышении производительности труда

https://xn--b1aedfedwqbdfbnzkf0oe.xn--p1ai/ производительность.рф — сайт Федерального

центра компетенций в сфере повышения производительности труда, организации, которая выступает оператором национальной программы «Производительность труда и поддержка занятости»

https://up-pro.ru/ Сайт Управление производством
https://infourok.ru/ Инфоурок. Образовательный маркетплейс

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Кабинет «Основ бережливого производства», оснащенный оборудованием: рабочее место преподавателя, учебные столы и стулья, соответствующие количественному составу обучающихся, доска, мел, стенды с образцами профессиональной документации, туристические карты, техническими средствами обучения: компьютер с устройствами воспроизведения звука, принтер, мультимедиа-проектор с экраном, указка-презентер для презентаций.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) преподаватель первой квалификационной категории АНО ВО «Российский новый университет» колледж — Немкова Яна Владимировна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия социально-гуманитарных дисциплин

Рабочая программа учебной дисциплины

Основы финансовой грамотности

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина "Основы финансовой грамотности" является вариативной учебной дисциплиной общего гуманитарного и социально-экономического учебного цикла основной образовательной программы по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА. Учебная дисциплина "Основы финансовой грамотности" обеспечивает формирование общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА (приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552).

Основная цель изучения учебной дисциплины состоит в формировании знаний о финансовой жизни современного общества, финансовых институтах, финансовых продуктах, финансовых рисках, способах получения информации, позволяющей анализировать социальные ситуации и принимать индивидуальные финансовые решения с учетом их последствий и возможных альтернатив, развития у студентов навыков анализа решения задач профессиональной деятельности применительно к различным финансовым контекстам, а так же планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях. Изучение данной дисциплины проходит одновременно с изучением дисциплины Экономика и бухгалтерский учет предприятий.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- основные принципы и методы проведения финансовых расчетов в процессе осуществления предпринимательской деятельности и планирования личных финансов;
- различие между наличными и безналичными платежами, порядок использования их при оплате покупки;
- понятие инфляции, ее влияние на решение финансовых задач профессии, личном планировании;
- структуру личных доходов и расходов, правила составления личного и семейного бюджета;

Уметь:

- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности, для ведения предпринимательской деятельности и личного финансового планирования;
- осуществлять наличные и безналичные платежи, сравнивать различные способы оплаты товаров и соблюдать требования финансовой безопасности;
- учитывать инфляцию при решении финансовых задач в профессии, личном планировании;
- планировать личные доходы и расходы, принимать финансовые решения, составлять личный бюджет;

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

Знать:
- особенности различных банковских и страховых продуктов и возможности их использования профессиональной, предпринимательской деятельности и для управления личными финансами;
- базовые характеристики и риски основных финансовых инструментов для предпринимательской деятельности и управления личными финансами;
- направления взаимодействия с государственными органами, сторонними организациями (в том числе, финансовыми) в профессиональной деятельности, при осуществлении предпринимательской деятельности и личного финансового
планирования для реализации своих прав, и исполнения обязанностей;
-возможности использования различных цифровых средств при
решении профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия.

Уметь:
- использовать разнообразие финансовых инструментов управления
личными финансами достижения финансового благополучия с учетом финансовой безопасности;
- выявлять сильные и слабые стороны бизнес-идеи, плана достижения
личных финансовых целей;
- производить основные финансовые расчеты в сферах предпринимательской деятельности и планирования личных финансов;
- оценивать финансовые риски, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности и планирования личных финансов

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетных единицы (36 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	36
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	26
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	16
Практические занятия (Пр)	8
Зачет (З)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	10
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	З	Тконс		
1.	Личное финансовое планирование	4	4	2					
2.	Депозит	4	4	2	2				

3.	Кредит	4	4	2	2				
4.	Страхование	4	4	2	2				
5.	Инвестиции	2	2	2					
6.	Пенсии	2	2	2					
7.	Налоги	4	4	2	2				
Промежуточная аттестация									
8.	Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	12	2			0,3	1,7	10	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Личное финансовое планирование

1. Содержание и назначение предмета. Функции и виды денег. Деньги: история и современность

2. Человеческий капитал, деньги, финансы, финансовые цели, финансовое планирование.

Тема 2. Депозит

Сбережения, инфляция, индекс потребительских цен как способ измерения инфляции, банк, банковский счет, вкладчик, депозит, номинальная и реальная процентная ставка по депозиту, депозитный договор, простой процентный рост, процентный рост с капитализацией, банковская карта (дебетовая, кредитная), банкомат, заемщик, финансовые риски, ликвидность.

Тема 3. Кредит

Банковский кредит, заемщик, виды кредита, принципы кредитования (платность, срочность, возвратность), банковская карта (дебетовая, кредитная), номинальная процентная ставка по кредиту, полная стоимость кредита (ПСК), виды кредитов по целевому назначению (потребительский, ипотечный).

Тема 4. Страхование

Страховые риски, страхование, страховщик, страхователь, выгодоприобретатель, виды страхования для физических лиц.

Тема 5. Инвестиции

Инвестиции, инфляция, реальные и финансовые активы как инвестиционные инструменты, ценные бумаги (акции, облигации).

Тема 6. Пенсии

Пенсия, государственная пенсионная система в РФ, Пенсионный фонд РФ и его функции, негосударственные пенсионные фонды, трудовая и социальная пенсия, корпоративная пенсия, инструменты для увеличения размера пенсионных накоплений

Тема 7. Налоги

Налоговый кодекс РФ, налоги, виды налогов, субъект, предмет и объект налогообложения, ставка налога, сумма налога.

Тема 8. Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)

Перечень вопросов к дифференцированному зачету

1. Перечислите, какие виды денег бывают, дайте не менее одного примера каждого вида.
2. Назовите пять основных функций денег.
3. Чем инфляция отличается от дефляции?
4. Что такое человеческий капитал из чего он складывается?
5. Что такое активы в личных (семейных) финансах?
6. Для чего человеку или семье необходимо осуществлять финансовое планирование?

7. Совокупный капитал из каких частей состоит?

8. Какие группы финансовых целей имеет смысл выделить на основе анализа структуры доходов (расходов) на различных этапах жизни человека?

9. Какова норма сбережений на старости?

10. Что такое ликвидность?

11. Какие характеристики финансового инструмента важны при вложении в такой инструмент инвестиционного капитала?

12. Какие основные виды банковских операций существуют?

13. В каких формах могут происходить расчеты в Российской Федерации? Какую роль в этом играют банки?

14. Какие услуги оказывает банк клиентам? Что составляет доход банка?

15. В чем отличие дебетовых и кредитных платежных карт?

16. Какие правила обеспечения безопасности при использовании банковских карт Вы можете назвать? Как правильно выбрать банковскую карту?

17. Как правильно выбрать банк (НПК) для своих финансовых операций?

18. Какие виды банковских вкладов (депозитов) предусмотрены в Российской Федерации?

19. На какие параметры должен обращать внимание гражданин при выборе депозита?

20. Какие риски, связанные с депозитом, Вы знаете?

21. Как функционирует система страхования вкладов граждан в Российской Федерации?

22. Чем отличаются простые проценты от сложных?

23. Какие финансовые структуры выдают кредиты, а какие – займы?

24. Какие виды кредитов существуют в Российской Федерации? В чем заключаются особенности ипотечного кредита по сравнению с потребительским кредитом? На что должен обращать внимание гражданин, намеренный взять кредит (заем)?

25. Какие параметры учитываются при определении полной стоимости кредита (займа)?

26. Как рассчитать переплату по кредиту?

27. Какие функции выполняет Федеральный общественно-государственный фонд по защите прав вкладчиков и акционеров?

28. В чем различия аннуитетного и дифференцированного платежа по кредиту?

29. В чём отличие страховой премии от страхового тарифа?

30. Дайте определение «Страхователь», «Страховщик», «Франшиза».

31. Какие виды страхования существуют в России? Что запрещено страховать?

32. Кто является страховщиками в социальном государственном страховании?

33. В чем основная цель системы обязательного медицинского страхования в России?

34. Чем отличается вид страхования КАСКО от ОСАГО?

35. Назовите основные показатели, влияющие на величину тарифа по ОСАГО.

36. В каких случаях Российский союз автостраховщиков осуществляет компенсационные выплаты потерпевшим в результате ДТП?

37. Назовите четыре существенных условия договора страхования, для имущественного и личного страхования.

38. В каких общих случаях страховая компания освобождается от выплаты страхового возмещения? За счёт чего можно снизить стоимость страховки?

39. Что обязан сделать страхователь при наступлении страхового случая?

40. Назовите действия в случае необоснованного, по мнению клиента, занижения со стороны страховой компании страхового возмещения.

41. Что такое финансовый рынок? Какие основные сегменты этого рынка Вы знаете?

42. Что такое ценная бумага? Какие виды ценных бумаг Вы знаете?

43. Что такое бездокументарная ценная бумага? Как учитываются права на бездокументарные ценные бумаги и как происходит их обращение?

44. Что такое биржа? Какие преимущества она дает продавцам и покупателям финансовых активов по сравнению с неорганизованным рынком?

45. Какие права дает акция своему владельцу? Каким образом акционер может получить доход?

46. Какие права дает облигация своему владельцу? Какие бумаги считаются обычно более рискованными – акции или облигации? Почему?

47. Для чего нужен брокер гражданину, который собирается покупать и продавать ценные

бумаги на бирже?

48. Что такое паевой инвестиционный фонд? Каковы его особенности по сравнению с другими финансовыми институтами?

49. Какие виды ПИФов существуют в России? Какие риски несет пайщик при инвестировании средств в ПИФ?

50. Что такое валютный курс? От каких факторов зависят колебания валютных курсов?

51. Почему государство регулирует валютные операции?

52. В чем заключается деятельность форекс-дилеров? Почему операции на рынке Форекс для физических лиц являются высокорискованными?

53. Как можно обеспечить достойный уровень благосостояния для пожилых людей? Какие виды пенсионных систем Вы знаете?

54. В чем заключается финансовый механизм распределительной пенсионной системы? Почему в современном обществе распределительные пенсионные системы оказываются недостаточно эффективными?

55. В чем заключается финансовый механизм накопительной пенсионной системы? Какие риски и ограничения присущи таким системам?

56. Какая пенсионная система преобладает в современной России – распределительная или накопительная?

57. С 2018 г. принят новый закон о повышении возраста возникновения права на страховую пенсию по старости. В чем суть этого закона? Почему он был принят?

58. Как осуществляется финансирование страховых пенсий? Какой государственный финансовый институт отвечает за их выплату?

59. Какие виды страховых пенсий в России Вы знаете? Какие факторы влияют на размер страховой пенсии?

60. Что такое государственное пенсионное обеспечение? На какие категории населения оно распространяется? В чем его отличие от страховых пенсий в рамках обязательного пенсионного страхования?

61. Что такое накопительная пенсия в рамках обязательного пенсионного страхования? Как она формируется, кто осуществляет инвестирование пенсионных накоплений, а кто – выплату накопительных пенсий?

62. Какие виды негосударственных пенсий могут выплачиваться в России?

63. Как организована деятельность НПФ в рамках обязательного пенсионного страхования? Каким условиям должен отвечать НПФ, чтобы иметь право осуществлять такую деятельность?

64. Как устроена система гарантирования пенсионных накоплений?

65. В чем заключается концепция «О гарантированном пенсионном продукте»?

66. В чем различие между прямыми и косвенными налогами? Какие налоги обеспечивают большую часть поступлений в бюджет Российской Федерации?

67. Кто является плательщиком НДФЛ? Какова его базовая ставка? Какие виды налоговых вычетов по НДФЛ Вы знаете?

68. Что такое ИИС? Какие формы инвестиционного вычета предусматривает режим ИИС? Сколько времени нельзя изымать денежные средства с ИИС, чтобы пользоваться правом на инвестиционный вычет?

69. Какая налоговая ставка по купонным выплатам государственных облигаций?

70. В чем особенности специального налогового режима «упрощенная система налогообложения»?

Планы практических занятий

Тема 2. Депозит. Анализ финансовых рисков при заключении депозитного договора.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Выполнение заданий из тетради для практических работ

Тема 3. Кредит. Анализ финансовых рисков при заключении кредитного договора; расчет общей стоимости покупки при приобретении ее в кредит.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Выполнение заданий из тетради для практических работ

Тема 4. Страхование. Расчет страхового взноса в зависимости от размера страховой суммы, тарифа, срока страхования и других факторов.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Выполнение заданий из тетради для практических работ

Тема 7. Налоги. Расчет налоговых ставок по НДФЛ.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Выполнение заданий из тетради для практических работ

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Методические рекомендации по выполнению заданий для самостоятельной работы обучающимся.

Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

Цель: углубление и расширение изученных тем, самостоятельное овладение обучающимся новой учебной информацией, расширения его представлений в области финансовой грамотности; развитие письменной речи и навыка анализа содержания, ключевых проблемы и сути финансового планирования на другие сферы жизни человека.

Задачи: Используя учебник Фрицлер, А. В. Основы финансовой грамотности : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16794-8. — URL : https://urait.ru/bcode/567612 выполнить Задания 1 и 2 в рамках ОК 01 и ОК 03

Данные задания предоставляются обучающимися преподавателю в письменном виде в течение семестра по мере их выполнения, но до проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине представляет собой выполнение указанных ниже заданий во внеаудиторное время. Задания выполняются обучающимися в письменной или электронной форме и предоставляются на проверку преподавателю в течение семестра обучения. Полнота выполнения внеаудиторной самостоятельной работы характеризует качество знаний студентов и оценивается по пятибалльной системе.

«Отлично»:

- письменное задание выполнено полностью;
- материал оформлен в соответствии с требованиями;
- четкое и обоснованное изложения ответа.

«Хорошо»:

- письменное задание выполнено полностью;
- в целом материал оформлен в соответствии с требованиями, но могут быть незначительные отклонения от требований;
- не совсем четкое и обоснованное изложение ответа.

«Удовлетворительно»:

- письменное задание выполнено не полностью;
- оформление материала не соответствует требованиям;
- изложение ответа краткое и содержит некоторые неточности.

«Неудовлетворительно»:

- письменное задание не выполнено.

Для самостоятельной работы обучающимся предлагается несколько типов заданий:

1. Написание реферата. Реферат – краткое изложение в письменном виде или форме публичного доклада со-держания научного труда (трудов), литературы по теме. Это самостоятельная научно-исследовательская работа студента, где Вы раскрываете суть исследуемой проблемы, приводите различные точки зрения, собственные взгляды на нее. Содержание реферата должно быть логическим, изложение материала носит проблемно-тематический характер.

Структура реферата:

- титульный лист с указанием темы, вида работы и ФИО выполнившего;
- содержание работы;
- введение;
- основная часть, которая может иметь главы и параграфы;
- заключение;
- список литературы;
- приложения (если имеются).

Примерные этапы работы над рефератом:

1. Отбор основных источников по теме.
2. Составление библиографии.
3. Конспектирование или тезирование необходимого материала.
4. Систематизация зафиксированной или отобранной информации.
5. Определение основных понятий.
6. Разработка логики исследования, составление плана.
7. Написание реферата.
8. Проверка правильности оформления списка литературы.
9. Оформление реферата и проверка текста с точки зрения грамотности и стилистики.
10. Распечатка текста на листах формата А4.
11. Сдача реферата на контроль преподавателю.

Правила оформление реферата:

- печать на одной стороне листа белой бумаги размером 210 х 297мм (формат А4);
- все листы должны быть пронумерованы, начиная со страницы 2 (на титульном листе, который является первой страницей, номер не ставится). нумерация страниц производится вверху листа, по центру.
- работа должна быть отпечатана на ПК – объем учебного реферата составляет 15-20 страниц.
- поля: левое – 30 мм; правое – 15 мм; верхнее – 20 мм; нижнее – 20 мм., отступ абзаца – 1,25 см.
- междустрочный интервал – полуторный, шрифт - TimesNewRoman 14 пт.;
- особое внимание должно быть уделено оформлению цитат, которые включаются в текст в кавычках, а далее в квадратных скобках дается порядковый номер первоисточника из списка литературы и через запятую номер страницы;
- список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ р 7.0.5–2008;
- работа должна быть скреплена.

Критерии оценки:

- актуальность темы;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- грамотность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата требованиям;
- работа сдана в срок.

По усмотрению преподавателя рефераты могут быть представлены на практических занятиях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

2. Написание эссе . Эссе – это вид внеаудиторной самостоятельной работы студентов по написанию сочинения небольшого объема и свободной композиции на частную тему, трактуемую субъективно и обычно неполно. Эссе должно содержать убедительную аргументацию, заявленную по проблеме, позиции.

Требования, предъявляемые к эссе:

1. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.

2. Эссе должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия собственной позиции, идеи.

3. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.

4. Каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль.

5. Эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.

Методические рекомендации:

- внимательно прочитайте задание и сформулируйте тему не только актуальную по своему значению, но и оригинальную и интересную по содержанию;
- подберите и изучите источники по теме, содержащуюся в них информацию;
- выберите главное и второстепенное;
- составьте план эссе;
- лаконично, но емко раскрывайте содержание проблемы и свои подходы к её решению;
- оформите эссе и сдайте в установленный срок.

Критерии оценки:

- новизна, оригинальность идеи, подхода;
- реалистичность оценки существующего положения дел;
- полезность и реалистичность предложенной идеи;
- значимость реализации данной идеи, подхода, широта охвата;
- художественная выразительность, яркость, образность изложения;
- грамотность изложения;
- эссе представлено в срок.

3. Создание материалов-презентаций – это вид внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Правила оформления презентации:

Титульный лист:

- название презентации;
- автор: ФИО, студента, место учебы, год.

Второй слайд: «Содержание» - список основных вопросов, рассматриваемых в содержании. Лучше оформить в виде гиперссылок (для интерактивности презентации).

Заголовки:

- все заголовки выполнены в едином стиле (цвет, шрифт, размер, начертание);
- в конце точка не ставится;
- анимация, как правило, не применяется.

Текст:

- форматируется по ширине;
- размер и цвет шрифта подбираются так, чтобы было хорошо видно;
- подчеркивание не используется, т.к. оно в документе указывает на гиперссылку;
- элементы списка отделяются точкой с запятой. В конце обязательно ставится точка.

Критерии оценки:

- соответствие содержания теме;
- структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;
- эстетичность оформления, соответствие требованиям;
- работа сдана в срок.

Презентацию необходимо предоставить для проверки в электронном виде.

4. Написание доклада

Доклад, как вид внеаудиторной самостоятельной работы в учебном процессе, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить.

При написании доклада по заданной теме студент составляет план, подбирает основные источники. В процессе работы с источниками систематизирует полученные сведения, делает выводы и обобщения.

Правила оформления доклада:

Доклады выполняются на листах формата А 4, шрифтом TimesNewRoman, кегль 14, интервал одинарный, поля стандартные. На листах формата А 4 на первой странице оформляется титульный лист, в котором указывается название колледжа сверху по центру, посередине страницы пишется заглавными буквами жирным начертание слово ДОКЛАД, ниже – по дисциплине:… (название дисциплины), ниже по центру пишется тема. После темы оставляем два пробела и справа пишем: Выполнил (-а) студент (ка) … курса, специальности…. (код и наименование специальности), фамилия и инициалы автора, руководитель… (ФИО руководителя).

Критерии оценки:

- актуальность темы исследования;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников;
- соответствие оформления доклада стандартам.

Полнота выполнения внеаудиторной самостоятельной работы характеризует качество знаний студентов и оценивается по пятибалльной системе.

«Отлично» - объем доклада – 5-6 страниц, полностью раскрыта тема доклада, информация взята из нескольких источников, доклад написан грамотно, без ошибок, текст напечатан аккуратно, в соответствии с требованиями. При выступлении с докладом студент про-демонстрировал отличное знание материала работы, приводил соответствующие доводы, давал полные развернутые ответы на вопросы и аргументировал их.

«Хорошо» - объем доклада – 4-5 страниц, полностью раскрыта тема доклада, информация взята из нескольких источников, реферат написан грамотно, текст напечатан аккуратно, в соответствии с требованиями, встречаются небольшие опечатки. При выступлении с докладом студент продемонстрировал хорошее знание материала работы, приводил соответствующие доводы, но не смог дать полные развернутые ответы на вопросы и привести соответствующие аргументы.

«Удовлетворительно» - объем доклада – менее 4 страниц, тема доклада раскрыта не полностью, информация взята из одного источника, доклад написан с ошибками, текст напечатан неаккуратно, много опечаток. При выступлении с докладом студент продемонстрировал слабое знание материала работы, не смог привести соответствующие доводы и аргументировать сои ответы.

«Неудовлетворительно» - объем доклада – менее 4 страниц, тема доклада не раскрыта, информация взята из 1 источника, много ошибок в построении предложений, текст напечатан неаккуратно, много опечаток. При выступлении с докладом студент продемонстрировал слабое знание материала работы, не смог раскрыть тему, не отвечал на вопросы.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на практических занятиях, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

5. Подготовка сообщения. К видам внеаудиторной самостоятельной работы относится подготовка небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на практическом занятии. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения учебного материала, отражает современный взгляд по определенным проблемам. Целью подготовки сообщений является формирование у обучающихся навыков отбора и систематизации информации по заданной теме.

Требования к сообщению:

1. Отбор концептуальной информации, заключающей в себе главную идею и основные положения, раскрывающие суть процесса или явления и т. п.

2. Рассмотрение разных точек зрения на проблему.

3. Осмысление информации, выделение главных мыслей.

4. Выстраивание структуры ответа.

5. Соблюдение стиля выступления.

Сообщение отличается от доклада не только объемом информации, но и ее характером – сообщение дополняет изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами.

Оформляется задание письменно, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию, презентацию). Объем не более 3-х страниц печатного текста.

Критерии оценки сообщения:

- актуальность темы;
- соответствие представленной информации заданной теме;

- характер и стиль изложения материала;
- глубина проработки и логика выводов.

Полнота выполнения внеаудиторной самостоятельной работы характеризует качество знаний студентов и оценивается по пятибалльной системе.

«Отлично» - полностью раскрыта тема сообщения, информация взята из нескольких источников, сообщение написано грамотно, без ошибок, текст напечатан аккуратно, в соответствии с требованиями. При освещении сообщения студент продемонстрировал отличное знание материала работы, приводил соответствующие доводы, давал полные развернутые ответы на вопросы и аргументировал их.

«Хорошо» - полностью раскрыта тема сообщения, информация взята из нескольких источников, сообщение написано грамотно, текст напечатан аккуратно, в соответствии с требованиями, встречаются небольшие опечатки. При освещении сообщения студент продемонстрировал хорошее знание материала работы, приводил соответствующие доводы, но не смог дать полные развернутые ответы на вопросы и привести соответствующие аргументы.

«Удовлетворительно» - тема сообщения раскрыта не полностью, информация взята из одного источника, сообщение написано с ошибками, текст напечатан неаккуратно, много опечаток. При освещении сообщения студент продемонстрировал слабое знание материала работы, не смог привести соответствующие доводы и аргументировать сои ответы.

«Неудовлетворительно» - тема сообщения не раскрыта, информация взята из 1 источника, много ошибок в построении предложений, текст напечатан неаккуратно, много опечаток. При освещении сообщения студент продемонстрировал слабое знание материала работы, не смог раскрыть тему, не отвечал на вопросы.

По усмотрению преподавателя сообщения могут быть представлены на практических занятиях, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

6. Составление глоссария. Составление глоссария – вид самостоятельной работы студента, выражающейся в подборе и систематизации терминов, непонятных слов и выражений, встречающихся при изучении темы. Развивает у студентов способность выделять главные понятия темы и формулировать их. Оформляется письменно, включает название и значение терминов, слов и понятий в алфавитном порядке

Методические рекомендации

- прочитайте материал источника, выберите главные термины, непонятные слова;
- подберите к ним и запишите основные определения или расшифровку понятий;
- критически осмыслите подобранные определения и попытаться их модифицировать (упростить в плане устранения избыточности и повторений);
- оформите работу и представьте в установленный срок.

Критерии оценки:

- соответствие терминов теме;
- многоаспектность интерпретации терминов и конкретизация их трактовки в соответствии со спецификой изучения дисциплины;
- соответствие оформления требованиям;
- работа сдана в срок.

Оформляется задание письменно.

7. Составление сводной таблицы. Составление сводной (обобщающей) таблицы по теме – это вид самостоятельной работы студента по систематизации объёмной информации, которая сводится (обобщается) в рамки таблицы.

Формирование структуры таблицы отражает склонность студента к систематизации материала и развивает его умения по структурированию информации. Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию.

В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал). Такие таблицы создаются как помощь в изучении большого объема информации, желая придать ему оптимальную форму для запоминания.

Задание чаще всего носит обязательный характер, а его качество оценивается по качеству знаний в процессе контроля. Оформляется письменно.

Методические рекомендации:

- изучите внимательно материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
- установите логическую связь между элементами темы;
- предоставьте характеристику элементов в краткой форме;
- выберите оптимальную форму таблицы;
- информацию представьте в сжатом виде и заполните ею основные графы таблицы;
- пользуясь готовой таблицей, подготовьтесь к контролю по заданной теме.

Критерии оценки:
- соответствие содержания теме;
- логичность структуры таблицы;
- правильный отбор информации;
- наличие обобщающего (систематизирующего, структурирующего, сравнительного) характера изложения информации;
- соответствие оформления требованиям;
- работа сдана в срок.

8. Решение ситуационных задач

Решение ситуационных задач (кейсов) – это вид самостоятельной работы студента по систематизации информации в рамках решения конкретных проблем.

Методические рекомендации:
- изучите учебную информацию по теме;
- проведите системно-структурированный анализ содержания темы;
- выделите проблему, имеющую интеллектуальное затруднение, согласовать с преподавателем;
- дайте обстоятельную характеристику условий задачи;
- критически осмыслите варианты и попытайтесь их модифицировать (упростить в плане избыточности);
- выберите оптимальный вариант (подберите известные и стандартные алгоритмы действия) или варианты разрешения проблемы (если она не стандартная);
- оформите и сдайте на контроль в установленный срок.

Критерии оценки:
- соответствие содержания задачи теме;
- содержание задачи носит проблемный характер;
- решение задачи правильное, демонстрирует применение аналитического и творческого подходов;
- продемонстрированы умения работы в ситуации неоднозначности и неопределенности;
- задача представлена на контроль в срок.

9. Составление схем, иллюстраций (рисунков), графиков

Составление схем, иллюстраций (рисунков), графиков, диаграмм – это более простой вид графического способа отображения информации. Целью этой работы является развитие умения студента выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т. д.

Схемы и рисунки широко используются в заданиях на практических занятиях в разделе самостоятельной работы. Задания могут даваться всем студентам как обязательные для под-готовки к практическим занятиям.

Методические рекомендации:
- изучите информацию по теме;
- выделите основные понятия темы;
- создайте тематическую схему, иллюстрацию, график, диаграмму;
- представьте на контроль в установленный срок.

Критерии оценки:
- соответствие содержания теме;
- правильная структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;
- аккуратность выполнения работы;
- творческий подход к выполнению задания;
- работа сдана в срок.

10. Подготовка аннотации печатного издания, раздела или статьи по изучаемой теме.

Аннотация – краткая характеристика печатного издания, включающая сведения о со-держании, его назначении. В ней отражается то новое, что несет в себе данное произведение печати в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому.

Прочтите книгу (статью, раздел) из педагогической прессы, составьте аннотацию.

Требования к выполнению:

Основное содержание первоисточника должно быть передано лаконично, емко, в форме связного текста. Не допускается цитирование. Средний объем аннотации - не более 1 стр.

План аннотации включает в себя:

1. Библиографическое описание работы
2. Перечисление основных проблем, затронутых в работах
3. Выводы автора, его мнение, оценка.

Действия при написании аннотации могут быть следующими:

1. Разбейте текст на смысловые части
2. Выделите в каждой части основную мысль, обозначьте ее предложением, заимствованным из текста.
3. Сформулируйте основную мысль своими словами.
4. Перечислите основные мысли, проблемы, затронутые автором, его выводы, предложения.
5. Определите значимость работы.

Основные этапы аннотирования.

Процесс аннотирования можно разделить на несколько этапов:

- анализ текста произведения;
- изучение дополнительных источников;
- отбор сведений, характеризующих существо данного произведения, литературное оформление и редактирование аннотации.

Критерии оценки:

- информативность и содержательность;
- ясность и краткость;
- точность и корректность;
- оригинальность;
- отсутствие лишней информации;
- стиль;
- объем.

По возможности, аннотация должна быть написана таким образом, чтобы заинтересовать читателя и побудить его к прочтению полной работы.

В этой аннотации четко обозначена актуальность темы, сформулированы цель и задачи исследования, кратко описана методика и представлены основные результаты. Язык аннотации ясный и понятный, информация представлена в логическом порядке, а объем соответствует принятым нормам.

Важно помнить: Аннотация – это лицо вашей работы. Она должна быть качественно написана и способна привлечь внимание читателей к вашему исследованию.

11. Подготовка и написание конспекта (статьи; раздела или параграфа учебника по педагогической проблематике)

Конспект – это сокращенная запись информации. В конспекте должны быть отражены основные положения текста, которые при необходимости дополняются, аргументируются, иллюстрируются яркими примерами. Конспект должен содержать исходные данные источника; быть кратким. Объем конспекта не должен превышать одну треть исходного текста.

Основные правила конспектирования:

1. Внимательно прочитайте текст.
2. Выделите информативные части текста.
3. Продумайте главные положения, сформулируйте их своими словами и запишите.
4. Подтвердите отдельные положения цитатами или примерами из текста.

Критерии оценки:

- соответствие содержания теме;
- правильная структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;

- аккуратность выполнения работы;
- творческий подход к выполнению задания;
- работа сдана в срок.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	Прочитать текст кейсов (1-4), представленный в приложении
2	Прочитать текст кейсов (5-8), представленный в приложении
3	Прочитать текст кейсов (8-10), представленный в приложении
4	Прочитать текст кейсов (8-10), представленный в приложении

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	См. приложение "Кейсы для выполнения"
6	См. приложение "Кейсы для выполнения"
7	См. приложение "Кейсы для выполнения"
8	См. приложение "Кейсы для выполнения"

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

- основные принципы и методы проведения финансовых расчетов в процессе осуществления предпринимательской деятельности и планирования личных финансов; - различие между наличными и безналичными платежами, порядок использования их при оплате покупки; - понятие инфляции, ее влияние на решение финансовых задач профессии, личном планировании; - структуру личных доходов и расходов, правила составления личного и семейного бюджета; - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности, для ведения предпринимательской деятельности и личного финансового планирования; - осуществлять наличные и безналичные платежи, сравнивать различные способы оплаты товаров и соблюдать требования финансовой безопасности; - учитывать инфляцию при решении финансовых задач в профессии, личном планировании; - планировать личные доходы и расходы, принимать финансовые решения, составлять личный бюджет;	Ответ обучающегося оценивается в соответствии с достижениями предметных и метапредметных образовательных результатов по следующим критериям: полнота, правильность, логичность, грамотность речи: -полнота/ содержательность ответа, включает все содержательные элементы (по типовым темам для оценки в качестве эталона используются памятки-характеристики) -правильность ответа характеризуется отсутствием фактических ошибок -последовательность ответа, которая включает вступление, основную часть и выводы. В основной части представлены причинно-следственные связи, аргументация, характеристика признаков. -устная речь грамотная, соответствует нормам литературного русского языка. Отсутствуют слова-паразиты, жаргонные выражения. - коммуникативные навыки; - уметь выделять целевую и смысловую значимость элементов и связей и их иерархическое расположение (основные, вспомогательные и т. д.); -критическое мышление	-устные и письменные опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины; -презентация мини-проектов (индивидуальных заданий, проблемных заданий и т. д.) в ходе практических работ и лекционных занятий -выполнение заданий в ходе практических занятий; - выполнение письменных и устных заданий (подготовка и защита рефератов, презентаций, творческих выступлений) в ходе аудиторных занятий

- особенности различных банковских и страховых продуктов и возможности их использования профессиональной, предпринимательской деятельности и для управления личными финансами; - базовые характеристики и риски основных финансовых инструментов для предпринимательской деятельности и управления личными финансами; - направления взаимодействия с государственными органами, сторонними организациями (в том числе, финансовыми) в профессиональной деятельности, при осуществлении предпринимательской деятельности и личного финансового планирования для реализации своих прав, и исполнения обязанностей; -возможности использования различных цифровых средств при решении профессиональных задач, задач личностного развития и финансового благополучия. - использовать разнообразие финансовых инструментов управления личными финансами достижения финансового благополучия с учетом финансовой безопасности; - выявлять сильные и		

слабые стороны бизнес-идеи, плана достижения личных финансовых целей; - производить основные финансовые расчеты в сферах предпринимательской деятельности и планирования личных финансов; - оценивать финансовые риски, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности и планирования личных финансов		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	См. файл «ФОС для текущего контроля» в Приложении

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	Вопросы к зачёту 1-35
2	См. файл «Вопросы для дифференцированного зачета» в Приложении
3	Вопросы к зачету с 36-70
4	См. файл «Вопросы для дифференцированного зачета» в Приложении

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	См. Задания для самостоятельной работы, направленные на формирование профессиональных умений.
2	См. Задания для самостоятельной работы, направленные на формирование профессиональных умений.
3	См. Задания для самостоятельной работы, направленные на формирование профессиональных умений.
4	См. Задания для самостоятельной работы, направленные на формирование профессиональных умений.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Фрицлер, А. В. Основы финансовой грамотности : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16794-8. — URL : https://urait.ru/bcode/567612

2. Турчаева, И. Н. Финансовая грамотность. Предпринимательские риски : учебник для среднего профессионального образования / И. Н. Турчаева, Я. Ю. Таенчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20583-1. — URL : https://urait.ru/bcode/581465

3. Афанасьев, М. П. Бюджет и бюджетная система : учебник для среднего профессионального образования / М. П. Афанасьев, А. А. Беленчук, И. В. Кривогов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 671 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17668-1. — URL : https://urait.ru/bcode/545079

б) дополнительная литература:

1. Правовые основы регулирования финансовой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / под редакцией Е. М. Ашмариной. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 374 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18556-0. — URL : https://urait.ru/bcode/563200

2. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Д. В. Буракова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 303 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17281-2. — URL : https://urait.ru/bcode/562278

3. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение : учебник для среднего профессионального образования / В. Г. Пансков. — 10-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 447 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20603-6. — URL : https://urait.ru/bcode/558456

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://vashifinancy.ru/ Дружи с финансами

https://perm.hse.ru/fmc/res Финансовая грамотность

https://fingram.rkomi.ru/pages/projects/33 Информационные веб-ресурсы по финансовой грамотности

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя

Технические средства обучения: мультимедийный компьютер, видеопроектор, экран.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) к.п.н., преподаватель — Абрамова Дарья Александровна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия социально-гуманитарных дисциплин

Рабочая программа учебной дисциплины

Безопасность жизнедеятельности

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу 42.02.01 РЕКЛАМА на базе основного общего образования с учетом ФГОС СОО (с изменениями, внесенными в ФГОС СОО приказом Министерства просвещения РФ № 732 от 12 августа 2022 года, в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА (приказ Минобрнауки России от 21.07.2023 г. № 552).

Цель курса «Основы безопасности и защиты Родины» – проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения и содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятие решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

- Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; (ОК 06.)

Знать:

- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей;
- об основах выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины.

Уметь:

- описывать значимость своей специальности;
- применять стандарты антикоррупционного поведения.

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

Знать:

- правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;
-основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; -правила поведения в чрезвычайных ситуациях

Уметь:

- соблюдать нормы экологической безопасности;
-определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по данной специальности

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	56
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	36
Практические занятия (Пр)	18
Зачет (З)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	16
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	З	Тконс		
БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И В БЫТУ									
1.	Потенциальные опасности и их последствия в профессиональной деятельности и в быту	10	6	4	2			4	
2.	Пожарная безопасность	4	4	2	2				
БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ									
3.	Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени	6	6	4	2				
4.	Способы защиты населения от чрезвычайных ситуаций	10	10	6	4				
ОСНОВЫ ВОЕННОЙ СЛУЖБЫ (ДЛЯ ЮНОШЕЙ)									
5.	Основы обороны государства	12	8	4	4			4	
6.	Основы военной службы	10	10	6	4				
ОСНОВЫ МЕДИЦИНСКИХ ЗНАНИЙ И ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ .									
7.	Порядок и правила оказания первой медицинской помощи	16	10	10				6	
Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет									
8.	Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет	4	2			0,3	1,7	2	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Потенциальные опасности и их последствия в профессиональной деятельности и в быту

Основные виды потенциальных опасностей. Последствия потенциальных опасностей в профессиональной деятельности и в быту. Принципы снижения вероятности реализации потенциальных опасностей в производственной среде и быту. Защита от опасностей производственной и бытовой среды. Правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности, пути обеспечения ресурсосбережения.

Тема 2. Пожарная безопасность

Меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах. Первичные средства пожаротушения, правила их применения. Права и обязанности граждан в области пожарной безопасности.

Тема 3. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени

Основные понятия и классификация чрезвычайных ситуаций. Чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера, правила безопасного поведения. Чрезвычайные ситуации биолого-социального характера, правила безопасного поведения.

Чрезвычайные ситуации военного времени; виды оружия массового поражения и способы защиты населения от оружия массового поражения.

Тема 4. Способы защиты населения от чрезвычайных ситуаций

Принципы и способы защиты населения в чрезвычайных ситуациях. Средства индивидуальной защиты. Средства коллективной защиты. Принципы обеспечения устойчивости

объектов экономики в чрезвычайных ситуациях. Прогнозирование развития событий и оценка последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и явлениях.

Противодействие терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России. Гражданская оборона: задачи и основные мероприятия.

Тема 5. Основы обороны государства

Основы обороны государства.

Национальные интересы и национальная безопасность Российской федерации.

Военная безопасность и принципы ее обеспечения.

Правовое регулирование в области обороны государства.

Организационная структура Вооруженных Сил Российской Федерации.

Основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО.

Тема 6. Основы военной службы

Правовые основы военной службы. Основные понятия о воинской обязанности. Воинский учет, обязательная и добровольная подготовка к военной службе. Организация медицинского освидетельствования. Организация и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке.

Боевые традиции Вооруженных сил РФ. Качества личности военнослужащего как защитника Отечества.

Область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы.

Тема 7. Порядок и правила оказания первой медицинской помощи

Правовые основы оказания первой медицинской помощи.

Здоровье физическое и духовное, их взаимосвязь и влияние на жизнедеятельность человека.

Факторы, формирующие здоровье, и факторы, разрушающие здоровье.

Основы анатомии и физиологи.

Неотложные состояния и первая медицинская помощь при них. Основы лекарственной терапии

Травматизм и его профилактика, травматический шок. Порядок оказания первой медицинской помощи при травматическом шоке.

Закрытые повреждения. Транспортная иммобилизация. Открытые повреждения. Общие сведения о ранах, осложнения ран, способы остановки кровотечения и обработки ран.

Тема 8. Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет

1. Описать, что собой представляет Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС)
2. Описать, что собой представляет оружие массового поражения
3. Описать, что собой представляет ядерное оружие и каковы его основные характеристики?
4. Описать поражающие факторы возникают при ядерном взрыве
5. Описать, что собой представляет химическое оружие и каковы его основные характеристики?
6. Описать, что собой представляет виды отравляющих веществ
7. Описать, что собой представляет биологическое оружие и каковы его основные характеристики?
8. Описать виды микроорганизмов могут применяться в биологическом оружии?
9. Перечислить средства индивидуальной защиты существуют для защиты от оружия массового поражения

10. Перечислить стихийное бедствие (дать определение)

11. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при землетрясениях, извержениях вулканов, ураганах, бурях, смерчах, грозах, снежных заносах, сходе лавин, метели и вьюге

12. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при селях, оползнях, наводнениях, лесных, степных и торфяных пожарах

13. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при автомобильных и железнодорожных авариях (катастрофах), а также при авариях (катастрофах) на воздушном и водном транспорте

14. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при авариях (катастрофах) на пожаро- и взрывоопасных объектах

15. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при авариях (катастрофах) на гидродинамически опасных объектах?

16. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при авариях (катастрофах) на химически и радиационно-опасных объектах

17. Перечислить , способы безопасности необходимо соблюдать при неблагоприятной экологической обстановке

18. Перечислить, меры безопасности необходимо соблюдать во время эпидемии

19. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать при нахождении на территории ведения боевых действий

20. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать во время общественных беспорядков

21. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать при обнаружении подозрительных предметов

22. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать при угрозе совершения и совершенном теракте

23. Проанализировать состав и организационную структуру Вооружённых Сил

24. Проанализировать структуру прохождения службы по призыву

25. Проанализировать структуру прохождение службы по контракту

26. Проанализировать структуру прохождения альтернативной военной службы

27. Описать порядок призыва на военную службу

28. Дать характеристику общевоинским уставам.

29. Перечислить ситуации при которых военнослужащие считаются находящимися при исполнении обязанностей военной службы.

30. Перечислить и описать тактико-технические характеристики (ТТХ) пистолета Макарова.

31. Описать проведение сердечно-лёгочной реанимации.

32. Описать правила остановки кровотечений.

33. Описать и перечислить по пунктам оказание первой помощи.

34. Описать и перечислить правила помощи при остановке артериального кровотечения

35. Описать и перечислить способы иммобилизации и переноски пострадавшего.

36. Описать и перечислить оказание первой помощи при травмах опорно-двигательного аппарата.

37. Описать и перечислить помощь при черепно-мозговой травме и при повреждении позвоночника.

Планы практических занятий

Тема 1. Потенциальные опасности и их последствия в профессиональной деятельности и в быту. Практическое занятие 1. Профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы № 1-9" в Приложении

Тема 2. Пожарная безопасность

. Практическое занятие 2. Применение первичных средств пожаротушения..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы № 1-9" в Приложении

Тема 3. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени. Практическое занятие 3. Изучение и отработка моделей поведения в условиях чрезвычайных ситуаций природного характера..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы № 1-9" в Приложении

Тема 4. Способы защиты населения от чрезвычайных ситуаций. Практическое занятие 5. Использование средств индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы № 1-9" в Приложении

Тема 5. Основы обороны государства. Практическое занятие 6. Прохождение военной службы по призыву.

. Прохождение военной службы по контракту.

. Права и обязанности военнослужащих.

Практическое занятие 7. Общевоинские уставы Вооруженных сил Российской Федерации. Военная присяга..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы № 1-9" в Приложении

Тема 6. Основы военной службы. Практическое занятие 8. Автомат Калашникова: назначение, боевые свойства, порядок разборки и сборки.

Практическое занятие 9. Воинская дисциплина и ответственность.

. Ритуалы Вооруженных сил РФ. Символы воинской чести.

.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы № 1-9" в Приложении

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа обучающихся, это работа, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время при методическом руководстве преподавателя с целью овладения необходимыми компетенциями по дисциплине "Основы безопасности и защиты Родины", дополнительными знаниями, умениями и навыками, опытом творческой, исследовательской деятельности, развития самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного уровня.

Самостоятельная работа обучающихся способствует систематизации, углублению, закреплению полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; формированию умений использовать справочную и специальную литературу по дисциплине; развитию познавательных способностей и творческой инициативы; способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; развитию исследовательских умений; использования материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для эффективной подготовки к промежуточной аттестации.

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями, новой учебной информацией, развития познавательных способностей и активности обучающихся, ответственности и организованности: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), работа над понятиями, ответы на вопросы, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и информационно-телекоммуникационной сети Интернет и др.

- для формирования умений, закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, ответ на контрольные вопросы, подготовка мультимедиа сообщений и презентаций/докладов к выступлению на аудиторном занятии, разработка структурно-логических схем, подготовка рефератов.

Все выполненные задания представляются обучающимися преподавателю в печатном виде в течение семестра по мере их выполнения, но до проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Для выполнения заданий по самостоятельной работе рекомендуется использовать материалы учебников и интернет-источников:

1. Организация защиты населения и территорий : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 4-е изд., переработано и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20034-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/569256

2. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 4-е изд., переработано и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17843-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560734

3. ФГАОУ ДПО "Академия Минпросвящения России "https://mikro.apkpro.ru/chat/40

Устный и письменный ответ обучающегося оценивается в соответствии с достижениями предметных и метапредметных образовательных результатов по следующим критериям: полнота, правильность, логичность, грамотность речи.

Критерии оценивания:

Отметка 5 (отлично)

Ответ полный, включает все содержательные элементы.

Ответ правильный, не содержит фактических ошибок.

Ответ последовательный, включает вступление, основную часть и выводы. В основной части представлены причинно-следственные связи, аргументация, характеристика признаков.

Устная речь грамотная, соответствует нормам литературного русского языка. Отсутствуют слова-паразиты, жаргонные выражения.

Отметка 4 (хорошо)

Ответ включает основные содержательные элементы

Ответ в целом правильный, но содержит одну-две несущественные ошибки или неточности

Ответ логичный, включает вступление, основную часть и выводы. Последовательность изложения основной части в основном выдержана.

Ответ в основном выдержан в соответствии с нормами литературного русского языка.

Допущены одна-две ошибки в ударениях и согласовании слов

Отметка 3 (удовлетворительно)

Ответ отражает отдельные аспекты темы.

Ответ в основном правильный, но содержит одну-две фактические ошибки, которые обучающийся исправил самостоятельно после уточняющего вопроса.

Последовательность изложения в основном выдержана, обучающийся самостоятельно сформулировал выводы после напоминания.

Обучающийся допускает ошибки в ударениях и согласовании слов

«2» — неудовлетворительно.

Устный ответ, письменная работа, практическая деятельность частично соответствуют

требованиям программы, имеются существенные недостатки и грубые ошибки. Объём знаний — менее 50% содержания.

Текущую оценку выставляет преподаватель за устный ответ, выполненное письменное домашнее задание, письменную работу, выполненную во время занятия.

Общие требования к составлению и оформлению презентации

Подготовка мультимедийной презентации проводится во внеаудиторное время, защита презентации - в аудиторное время.

• Формат презентации - PowerPoint Presentation

• Структура презентации

Первый слайд - Указание темы и фамилия имя автора;

Второй слайд - план презентации – по пунктам;

Далее слайды – раскрывающие изложение материала;

Последний слайд – список источников, литературы и интернет-ресурсов.

• Количество слайдов не менее 15-ти.

• Сбалансированное соотношение текста и иллюстраций (иллюстрации должны быть подписаны).

• Требования к изложению темы:

Содержательность: глубина, полнота и конкретность освещения темы (проблемы).

Логичность: последовательность изложения, его пропорциональность, обоснование теоретических положений фактами или обобщение фактов и формулирование выводов.

Концептуальность изложения: рассмотрены различные точки зрения (концепции), выражено свое отношение.

Риторика: (богатство речи): лаконичность, образное выражение мыслей и чувств путем использования различных языковых средств, выбора точных слов, эпитетов и т.п.; правильность и чистота речи; владение исторической терминологией.

• Презентация должна быть выдержана в одном стиле оформления

Критерии оценки защиты мультимедийной презентации:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к созданию мультимедийной презентации: обозначена тема, выполнен краткий анализ различных источников по данной теме, сформулированы выводы, выдержан объём, соблюдены требования к оформлению, выдержан единый стиль оформления.

Оценка 4 – основные требования созданию мультимедийной презентации и ее защите выполнены, но при этом допущены недочёты: имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность; не выдержан объём презентации; имеются упущения в оформлении: не полностью соблюден единый стиль оформления.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к созданию мультимедийной презентации: не полностью раскрыта тема, имеются существенные недочеты в оформлении.

Оценка 2 – тема презентации не раскрыта, не соблюден единый стиль оформления слайдов.

Критерии оценки выступления с докладом:

Структура написания доклада.

1. Титульный лист
2. Содержание.
3. Актуальность проекта.
4. Цель проекта.
5. Задачи проекта.
6. Основная информация по теме проекта.
7. Выводы или заключение.
8. Список использованных источников информации.

Оценка 5 - выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к докладу и их защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка 2 – тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

ТРЕБОВАНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭССЕ

Творческая работа должна быть выполнена аккуратно, разборчивым почерком, без сокращения слов.

К работе обучающегося предъявляется ряд требований, относящихся к содержанию, языку и стилю изложения.

1. Объём работы

Объём работы должен быть не менее 100 и не более 300 слов, включая предлоги. Если данный объём работы выдержан, поступающий получает 1 балл.

2. Соответствие теме

Содержание работы оценивается по следующим критериям:

• Содержание соответствует предложенной теме. Содержательной считается работа, в которой тема раскрыта и все мысли подчинены общей идее. Тема должна быть понята правильно и раскрыта достаточно полно;

• Фактические (не грамматические!) ошибки отсутствуют или имеются единичные фактические неточности.

При соблюдении данных требований обучающийся получает 1 балл.

3. Соблюдение норм русского литературного языка

Соответствие нормам литературного языка оценивается по следующим критериям:

• Правильное построение словосочетаний и предложений;

• Согласование слов в роде, числе и падеже;

• Не допускается смешение прямой и косвенной речи;

• Правильное построение предложений с однородными членами, обособленными конструкциями;

• Правильное образование новых слов и форм слова;

• Стилистическое единство текста;

• Употребление слов, свойственных литературному языку (без жаргонизмов, диалектизмов, молодёжного сленга и т.п.).

Если допущено не более трех ошибок данного типа, обучающийся получает 2 балла.

Эссе оценивается по двухбалльной системе «зачёт» или «незачёт».

Более 3 баллов - «зачёт»

Менее 3 баллов - «незачёт».

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	Изучить темы (по выбору студента) 1. Производственные аварии и катастрофы: 2 Природные бедствия: 3.Эпидемии и пандемии: 4.Чрезвычайные ситуации военного времени: 5. Применение оружия массового поражения: 6.Причины: 7.Масштабы: 8.Угрозы:

2	Изучить темы (по выбору студента) 1.Что является основой обороны государства? 2.Что входит в понятие оборона страны? 3.Что составляет основу вооруженной защиты России? 4.Что входит в состав обороны?
3	Подготовьте сообщения по выбранной теме: 1.Какие природные чрезвычайные ситуации могут возникнуть в вашем регионе? 2.Какую информацию необходимо знать о природных явлениях, чтобы быть готовым к ним? 3.Какие инструменты и оборудование следует включать в комплект первой необходимости для путешествий на природу? 4.Как правильно выбрать место для стоянки на природе, чтобы минимизировать риск возникновения чрезвычайных ситуаций? 5.Какие общие правила поведения при чрезвычайных ситуациях нужно знать и соблюдать?
4	Найдите ответы на вопросы: 1.Как правильно оказать первую помощь при остановке кровотечения, повязке ран, укусах ядовитых животных и растений? 2.Как определить наличие признаков удушения, обморока, сотрясения мозга и оказать первую помощь при этих состояниях? 3.Как правильно поддерживать психологическое состояние человека, находящегося в чрезвычайной ситуации? 4.Как правильно подготовиться к оказанию первой помощи на природе и какие навыки необходимо приобрести? 4.Как и где найти информацию о местной флоре и фауне, чтобы знать о потенциально опасных растениях и животных? Дополнительные вопросы: 1.Как подготовить членов семьи к чрезвычайным ситуациям в природе? 2.Как отработать план реагирования на чрезвычайные ситуации на практике? 3.Как подготовить место для эвакуации в случае необходимости? 4.Какие ресурсы и помощь можно получить от государственных служб при чрезвычайных ситуациях в природе?

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	Напишите доклад на заданные темы: 1. ЧС природного характера: подготовка и действия при землетрясениях. 2. ЧС техногенного характера: пожары и аварии на транспорте - как выжить. 3. Радиационная и химическая безопасность: основные риски и защита. 4. Эвакуация при ЧС: правила и порядок действий для населения. 5. Защитные сооружения: укрытия и их значение в ЧС. 6. Действия при теракте: правила поведения и выживания.
6	Сделать презентацию на заданные темы: "Правовые основы военной службы" "Область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы. "Боевые традиции Вооруженных сил РФ
7	Напишите эссе на тему: "«Безопасность в природной среде»

8	Подготовьте доклады на заданные темы: 1.Как правильно оказать первую помощь при остановке кровотечения, повязке ран, укусах ядовитых животных и растений? 2.Как определить наличие признаков удушения, обморока, сотрясения мозга и оказать первую помощь при этих состояниях? 3.Как правильно поддерживать психологическое состояние человека, находящегося в чрезвычайной ситуации? 4.Как правильно подготовиться к оказанию первой помощи на природе и какие навыки необходимо приобрести? 4.Как и где найти информацию о местной флоре и фауне, чтобы знать о потенциально опасных растениях и животных? Дополнительные вопросы: 1.Как подготовить членов семьи к чрезвычайным ситуациям в природе? 2.Как отработать план реагирования на чрезвычайные ситуации на практике? 3.Как подготовить место для эвакуации в случае необходимости? 4.Какие ресурсы и помощь можно получить от государственных служб при чрезвычайных ситуациях в природе?

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; - об основах выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины. - описывать значимость своей специальности; - применять стандарты антикоррупционного поведения.	- грамотное использование терминологии в ходе устных и письменных ответов; - знание и понимание материала. - проектная деятельность; - критическое мышление и решение проблем; - коммуникативные навыки; -устные и письменные опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины; - индивидуальные задания в ходе практических работ и лекционных занятий -выполнение заданий в ходе практических занятий; - выполнение письменных и устных заданий (подготовка и защита рефератов, презентаций) в ходе аудиторных занятий	-устные и письменные опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины; - индивидуальные задания в ходе практических работ и лекционных занятий -выполнение заданий в ходе практических занятий; - выполнение письменных и устных заданий (подготовка и защита рефератов, презентаций) в ходе аудиторных занятий -устные и письменные опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины; - индивидуальные задания в ходе практических работ и лекционных занятий -выполнение заданий в ходе практических занятий; - выполнение письменных и устных заданий (подготовка и защита рефератов, презентаций) в ходе аудиторных занятий

- правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; -основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; -правила поведения в чрезвычайных ситуациях - соблюдать нормы экологической безопасности; -определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по данной специальности		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	См. файл «ФОС для текущего контроля» в Приложении

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	Вопросы к зачёту 1-18

2	1. Описать что собой представляет Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС)? 2. Описать что собой представляет оружие массового поражения? 3. Описать что собой представляет ядерное оружие и каковы его основные характеристики? 4. Описать поражающие факторы возникают при ядерном взрыве? 5. Описать что собой представляет химическое оружие и каковы его основные характеристики? 6. Описать что собой представляет виды отравляющих веществ? 7. Описать что собой представляет биологическое оружие и каковы его основные характеристики? 8. Описать виды микроорганизмов могут применяться в биологическом оружии? 9. Перечислить средства индивидуальной защиты существуют для защиты от оружия массового поражения? 10. Перечислить стихийное бедствие (дать определение)? 11. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при землетрясениях, извержениях вулканов, ураганах, бурях, смерчах, грозах, снежных заносах, сходе лавин, метели и вьюге? 12. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при селях, оползнях, наводнениях, лесных, степных и торфяных пожарах? 13. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при автомобильных и железнодорожных авариях (катастрофах), а также при авариях (катастрофах) на воздушном и водном транспорте? 14. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при авариях (катастрофах) на пожаро- и взрывоопасных объектах? 15. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при авариях (катастрофах) на гидродинамически опасных объектах? 16. Перечислить и описать какие способы защиты необходимо предпринимать при авариях (катастрофах) на химически и радиационно-опасных объектах? 17. Перечислить и описать какие способы безопасности необходимо соблюдать при неблагоприятной экологической обстановке? 18. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать во время эпидемии?
3	Вопросы к зачёту 19-37

4	19. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать при нахождении на территории ведения боевых действий? 20. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать во время общественных беспорядков? 21. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать при обнаружении подозрительных предметов? 22. Перечислить и описать какие меры безопасности необходимо соблюдать при угрозе совершения и совершенном теракте? 23. Проанализировать состав и организационную структуру Вооружённых Сил? 24. Проанализировать структуру прохождения службы по призыву? 25. Проанализировать структуру прохождение службы по контракту? 26. Проанализировать структуру прохождения альтернативной военной службы? 27. Описать порядок призыва на военную службу? 28. Дать характеристику общевоинским уставам. 29. Перечислить ситуации при которых военнослужащие считаются находящимися при исполнении обязанностей военной службы? 30. Перечислить и описать тактико-технические характеристики (ТТХ) пистолета Макарова? 31. Описать проведение сердечно-лёгочной реанимации? 32. Описать правила остановки кровотечений? 33. Описать и перечислить по пунктам оказание первой помощи? 34. Описать и перечислить правила помощи при остановке артериального кровотечения? 35. Описать и перечислить способы иммобилизации и переноски пострадавшего? 36. Описать и перечислить оказание первой помощи при травмах опорно-двигательного аппарата? 37. Описать и перечислить помощь при черепно-мозговой травме и при повреждении позвоночника?

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	Подготовить презентацию на темы: См.Файл "Темы для презентаций" в приложении
2	Напишите эссе на тему: “Роль каждого гражданина в решении проявления гражданско-патриотической позиции.”
3	Подготовить эссе на темы: См.Файл в "Темы для эссе" в приложении.
4	Подготовить презентацию на тефмы: См.Файл "Темы для презентаций" в приложении

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Белов, С. В. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность) : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Белов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 638 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16455-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/531090

2. Безопасность жизнедеятельности: техногенные и природные чрезвычайные ситуации : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Апкарьян. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17764-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/559188

3. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17843-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560734

б) дополнительная литература:

1. Противодействие терроризму : учебник для среднего профессионального образования / Н. Н. Окутина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 173 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19238-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/579591

2. Основы теории национальной безопасности : учебник для среднего профессионального образования / И. Б. Кардашова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 334 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18222-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/578960

3. Организация защиты населения и территорий : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20034-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/569256

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://mchs.gov.ru сайт МЧС РФ
https://mil.ru сайт Минобороны
https://мвд.рф сайт МВД РФ

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оборудование учебного кабинета:

- - комплекты индивидуальных средств защиты;
- - робот-тренажёр для отработки навыков первой доврачебной помощи;
- - контрольно-измерительные приборы и приборы безопасности;
- - огнетушители порошковые (учебные); огнетушители пенные (учебные); огнетушители углекислотные (учебные);
- - устройство отработки прицеливания;
- - учебные автоматы АК-74;.
- - винтовки пневматические;
- - медицинская аптечка с техническими средствами обучения:
- - компьютер; - проектор; экран;
- - войсковой прибор химической разведки (ВПХР);
- - рентгенметр ДП-5В.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме

Автор (составитель) преподаватель АНО ВО «Российский новый университет» колледж
Иванов Дмитрий Николаевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2024

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы композиции, рисунка и живописи в рекламе» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Целью учебной дисциплины является развитие у обучающихся визуальной грамотности и художественного вкуса, а также формирование умения создавать эффективные рекламные образы с учётом исторического и культурного контекста. Обучающиеся научатся анализировать и интерпретировать визуальные символы, используемые в рекламе, понимать их значение и влияние на восприятие аудитории.

Актуальность учебной дисциплины заключается в её практической направленности. Визуальные образы играют ключевую роль в формировании восприятия и принятия решений, особенно в сфере рекламы, где необходимо быстро и эффективно привлечь внимание потенциального потребителя.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

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

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

- ***Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. (ПК 3.2.)***

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

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

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
-распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

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

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
-распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 час.).

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	144
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	124
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	52
Практические занятия (Пр)	66
Консультации (Конс)	2
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Экзамен (Э)	0,4
Текущие консультации (ТКонс)	3,3
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	20
Внеаудиторная самостоятельная работа	
подготовка к экзамену	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем							Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	Э	К	КоР	Тконс		
Рисунок в рекламе.											
1.	Линейная перспектива в рисунке.	8	8	4	4						
2.	Тональное решение в рисунке.	10	10	4	6						
3.	Скетч (набросок), эскиз, зарисовка.	14	14	8	6						
4.	Стилизация в рекламе.	16	16	6	10						
Живопись в рекламе.											
5.	Гармония цвета.	14	14	6	8						
6.	Техника работы живописными материалами.	6	6	6							
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).											
7.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2					0,3	1,7	2	
Академическая живопись в рекламе.											
8.	Практика академической живописи.	8	8		8						
Композиция в рекламе.											
9.	Основы композиции в рекламе.	20	20	8	12						
10.	Особенности композиции рекламных макетов.	22	22	10	12						
Промежуточная аттестация (экзамен).											
11.	Промежуточная аттестация (экзамен).	22	4			0,4	2		1,6	2,4	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Линейная перспектива в рисунке.

Понятия «линейная перспектива», «конструкция». Одноточечная перспектива и двухточечная перспектива. Анализ конструкции предметов. Выполнение линейных построений геометрических тел в перспективе. Пропорции, форма и детализация объекта.

Тема 2. Тональное решение в рисунке.

Штрих и тон. Способы набора тона. Особенности штриховки и растушевки. Параллельная штриховка и крестообразная штриховка в рисунке. Понятие «светотень», «источник света». Основные элементы светотени. Баланс между светом и тенью, восприятие формы и объёма изображаемого объекта. Выполнение тонового разбора геометрических тел. Объём, выразительность и глубина в рисунке. Светотень в рекламе.

Тема 3. Скетч (набросок), эскиз, зарисовка.

Набросок, зарисовка, эскиз. Техники наброска, необходимые материалы. Эскизирование.

Художественный поиск в эскизе. Композиция в эскизе. Правило отступов, деление изображения на трети. Золотое сечение в рисунке. Наброски с натуры. Зарисовка проекта рекламы.

Тема 4. Стилизация в рекламе.

Виды стилизации изображения, процесс упрощения. Стилизации изображения предмета или животного. Средства графики: точка, линия, пятно. Орнамент (графический паттерн). Стилизованная композиция с помощью средств графики. Стилизация в рекламе. Логотип. Разработка ребрендинга логотипа для существующей компании.

Тема 5. Гармония цвета.

Круг Иттена. Гармония цвета. Создание цветовых палитр с использованием цветового круга. Психология восприятия и выбор цвета для определённой тематики рекламного проекта. Создание живописной композиции для рекламного постера в тёплой и холодной цветовой палитре. Цветовое решение в рекламе. Использование digital-инструментов для подбора цветовой палитры. Colormind, Adobecolorwheel, нейросети, референсы.

Тема 6. Техника работы живописными материалами.

Техники работы в акварели: лессировка, акварель по-сырому, заливка. Техники работы в гуаши. Живописные средства: мазок, пятно, цвет. Живописные этюды по референсу и с натуры. Создание живописной композиции с использованием текстуры и фактуры для рекламного проекта. Этюдная работа с изображениями природных мотивов в палитрах, подобранных с использованием цветового круга

Тема 7. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

Вопросы к ОКР: 1) Раскройте понятие композиции в рекламе.
2) Раскройте понятие модульная сетка.
3) В чём суть гармонии цвета?
4) В чем заключается специфика мудборда?
5) Опишите цветовой круг Иттена.
6) Опишите правило третей
7) Перечислите методы и техники живописи.
8) Каковы основные техники создания объемов в рисунке?
9) Опишите процесс создания рекламного постера.
10) Охарактеризуйте поэтапно создание объема в рисунке.
11) В чем заключается специфика цветовой палитры?
12) Охарактеризуйте золотое сечение в композиции.
13) Опишите методы и техники живописи.
14) В чём суть стилизации?
15) Какова роль перспектива в рисунке?
16) В чем заключается специфика логотипа?
17) Охарактеризуйте тон и цвет в живописи.
18) Опишите скетч, набросок, эскиз и зарисовку.
19) В чём суть Арт-бука?
20) В чем заключается специфика художественной идеи?
21) Приведите примеры использования линейной перспективы в известных произведениях искусства.
22) Как добиться ощущения глубины пространства в рисунке?
23) Как цвет может быть использован для передачи эмоций и создания определённой атмосферы в рекламном изображении?
24) Как светотень используется в рекламе?
25) В чём заключаются особенности скетча?
26) Какие техники наброска вы знаете?
27) Какие средства графики используются в стилизации?
28) Что такое стилизация и как она применяется в рекламе?

29) В чём заключаются особенности наброска?
30) Какие основные схемы цветовых гармоний вы знаете?
31) Как цвет влияет на восприятие рекламы?
32) Какие цвета используются для создания палитры с тёплым настроением?
33) Какие цвета используются для создания палитры с холодным настроением?
34) В чём заключаются особенности эскиза и зарисовки?
35) Опишите основные техники работы акварелью.
36) Опишите основные техники работы гуашью.
37) Какие средства используются для создания композиции?
38) Как статика используется в рекламных материалах?
39) Как динамика используется в рекламных материалах?
40) Что такое ассоциативная композиция и как она применяется в рекламе?

Тема 8. Практика академической живописи.

Реалистичность, глубокая проработка натуры и построения. Деление на стадии работы: композиция, рисунок, живописная лепка формы и завершение. Классические правила живописи и академические стандарты мастерства. Копирование произведений станковой живописи. Великие академисты и их приемы в творчестве.

Тема 9. Основы композиции в рекламе.

Средства создания динамики и статики в композиции. Статика и динамика в рекламных материалах. Приёмы ассоциативной композиции в рекламе. Выполнение эскизного поиска ассоциативных изображений для рекламного проекта. Пропорции, масштабность, формат. Текстура и фактура живописными материалами. Использование текстуры и фактуры в композиции и рекламе. Создание живописной композиции с использованием различных техник акварели и гуаши для рекламного постера.

Тема 10. Особенности композиции рекламных макетов.

Разновидности рекламных макетов (баннер, постер, упаковка). Выбор шрифтов для рекламных целей. Композиция текста и изображения. Анализ шрифтовых начертаний в печатных изданиях. Тематический коллаж. Модуль и модульность: модульная сетка, паттерн, мудборд. Референсы. Особенности поиска референсов в рекламных сообщениях, ресурсы Pinterest, Behance, 99Dribble и т. д.

Тема 11. Промежуточная аттестация (экзамен).

Вопросы к экзамену:
1. Что такое линейная перспектива и как она применяется в рисунке?
2. Опишите основные элементы светотени. Как светотень используется в рекламе?
3. В чём заключаются особенности скетча (наброска), эскиза и зарисовки?
4. Какие техники наброска вы знаете?
5. Какие средства графики используются в стилизации?
6. Что такое стилизация и как она применяется в рекламе? Приведите примеры.
7. Опишите цветовой круг Иттена и его значение для создания гармоничных цветовых сочетаний.
8. Какие основные схемы цветовых гармоний вы знаете?
9. Как цвет влияет на восприятие рекламы?
10. Какие цвета используются для создания палитры с тёплым настроением?
11. Какие цвета используются для создания палитры с холодным настроением?
12. Опишите основные техники работы акварелью.
13. Опишите основные техники работы гуашью.
14. Что такое композиция? Какие средства используются для создания композиции?
15. Как статика и динамика используются в рекламных материалах?
16. Что такое ассоциативная композиция и как она применяется в рекламе?
17. Что такое модульная сетка? Как она используется в дизайне?

18. Что такое мудборд? Для чего он используется в рекламном дизайне?
19. Опишите основные типы шрифтов и их применение в рекламе.
20. Какие факторы необходимо учитывать при проектировании дизайна упаковки продукта?
21. Что такое теневой рисунок и зачем он нужен художнику?
22. Какие этапы проходит художник при выполнении полноценного реалистичного рисунка?
23. В чём разница между ортографической и центральной перспективой?
24. Какие существуют методы наложения тени на объёмные предметы в художественном рисунке?
25. Какими способами передаётся объём предметов в плоскостном изображении?
26. Что такое силуэт и какое значение он имеет в рекламе?
27. Какие задачи решает этап предварительного эскизирования в подготовке рекламной продукции?
28. Что означает термин «инверсия» в рамках проектирования рекламных решений?
29. Какие психологические эффекты вызывает определённая насыщенность цвета в восприятии рекламы?
30. Какие нюансы возникают при совмещении разных типов графики (акварель + тушь, гелевые ручки + маркеры)?
31. В чём отличия векторной графики от растровой и какая предпочтительнее в разработке рекламы?
32. Как используются специальные кисти и принадлежности для достижения уникальных эффектов в художественной иллюстрации?
33. Какова специфика рисования мелких деталей в процессе создания профессионального арт -проекта?
34. Какие подходы применяют художники при создании абстрактных рисунков и их адаптации в рекламную продукцию?
35. Какие материалы используют для раскрашивания и доработки эскизов вручную (маркеры, карандаши, пастель)?
36. Какие рекомендации помогают избежать ошибок при передаче пропорций и масштаба предметов в рисунке?
37. Как влияют эмоции и ассоциации на восприятие цвета и формы в рекламной деятельности?
38. Какую роль играют необычные ракурсы и точки зрения в привлечении внимания к рекламной композиции?
39. Какие профессиональные программы используют дизайнеры и иллюстраторы для создания цифровых рекламных макетов?
40. Как грамотно выбрать подходящий шрифт для конкретного рекламного послания и обеспечить максимальную читабельность?

Планы практических занятий

Тема 1. Линейная перспектива в
рисунке. . Выполнение линейных построений
геометрических тел в перспективе.
Выполнение линейного построения натюрморта в перспективе..
Время - 4 час.
Основные вопросы:
См. файл №3 в Приложении.

Тема 2. Тональное решение в
рисунке. . Выполнение тонового разбора геометрических
тел.
Выполнение натюрморта с разбором
светотени..
Время - 6 час.
Основные вопросы:
См. файл №3 в Приложении.

Тема 3. Скетч (набросок), эскиз,
зарисовка. . Выполнение эскизного поиска композиции.
Выполнение зарисовок на темы.
Выполнение эскизов композиции для рекламного изображения..
Время - 6 час.
Основные вопросы:
См. файл №3 в Приложении.

Тема 4. Стилизация в рекламе.. Выполнение эскизов стилизации изображения
предмета или животного.
Выполнение стилизованной композиции с помощью средств графики.
Выполнение орнамента (графического
паттерна).
Выполнение эскизов логотипа с последующей
стилизацией. Разработка ребрендинга логотипа для
существующей компании..
Время - 10 час.
Основные вопросы:
См. файл №3 в Приложении.

Тема 5. Гармония цвета. . Создание цветовых палитр с использованием
цветового круга.
Создание цветовых палитр с определённым
настроением (состоянием) для использования в рекламе.
Создание живописной композиции для
рекламного постера в тёплой цветовой палитре.
Создание живописной композиции для рекламного постера в холодной цветовой палитре..
Время - 8 час.
Основные вопросы:
См. файл №3 в Приложении.

Тема 8. Практика академической живописи.. Выполнение быстрых живописных этюдов по референсу и с натуры.
Живописный натюрморт в акварельной
технике.
Живописный натюрморт в гуаши.
Создание живописной композиции с
использованием текстуры и фактуры для рекламного проекта. .
Время - 8 час.
Основные вопросы:
См. файл №3 в Приложении.

Тема 9. Основы композиции в
рекламе. . Выполнение эскизов композиций на статику и
динамику.
Выполнение эскизов рекламного изображения
со статикой и динамикой.
Выполнение упражнения по компенсации
чёрного на белом и белого на чёрном – «выворотка».
Выполнение эскизного поиска ассоциативных изображений для рекламного проекта.
Выполнение проекта рекламного
изображения с использованием приёмов ассоциативной композиции в
рекламе.
Создание живописной композиции с
использованием различных техник акварели и гуаши для рекламного
постера..
Время - 12 час.
Основные вопросы:
См. файл №3 в Приложении.

Тема 10. Особенности композиции
рекламных макетов. . Составление мудборда на заданную тему с
предварительным построением модульной сетки в технике коллаж.
Изучение шрифтовых начертаний в печатных
изданиях. Тематический коллаж.
Разработка акцидентного шрифта.
Создание рекламного постера в цвете с
подбором шрифтового начертания для заголовка.
Проектирование рекламного постера в
технике коллажирования с использованием различных шрифтов.
Проектирование дизайна упаковки продукта. .
Время - 12 час.
Основные вопросы:
См. файл №3 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в виде наглядных работ (наброски, скетчи, эскизы, этюды), письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые

источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, сделав зарисовку, набросок, составив краткий конспект, и выполнив практическое упражнение.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. Выработать критерии оценки результатов работы.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Абрис.
Акцент.
Аллегория.
Анимация.
Арт-директор.
Баннер.
Брендинг.
Векторы.
Верстка.
Визитка.
Выставка.
Гармонизация.
Графика.
Доминирующий элемент.
Динамическое равновесие.
Знак торговый.
Идеология бренда.
Коллаж.
Композиция.
Контраст.
Корпоративный стиль.
Креативность.
Логотип.
Мудборд.
Продвижение бренда.
Прототип.
Публикация.
Радиус влияния.
Рамка.
Реализм.
Рекламный сценарий презентации.
Тематический сайт.
Торговая марка.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

10	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального раз		

-вития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в		

профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;		

- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на		

сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного		

дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на		

сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в		

профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на		

сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. -распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в		

профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на		

сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. -распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в		

профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561056

2. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 128 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/565955

3. Киплик, Д. И. Техника живописи : учебник для среднего профессионального образования / Д. И. Киплик. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09962-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/565154

б) дополнительная литература:

1. Рабинович, М. Ц. Пластическая анатомия человека, четвероногих животных и птиц : учебник для среднего профессионального образования / М. Ц. Рабинович. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07896-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561525

2. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515812

3. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517147

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://skillsupschool.ru/articles/akademicheskij-risunok-ot-pervyh-shagov-k-masterstvu/ Академический рисунок: от первых шагов к мастерству

https://www.culture.ru/s/slovo-dnya/akademizm/ Академизм

https://www.izocenter.ru/blog/plasticheskaya-anatomiya/ Пластическая анатомия: фундамент навыков художника

www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)

https://www.tretyakovgallery.ru/ Государственная Третьяковская галерея

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации учебной дисциплины «Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе» кабинет должен быть оснащён следующим специальным оборудованием:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Основ композиции, рисунка, живописи в рекламе», оснащённый оборудованием:

мольберты;

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (плакаты, референсы, схемы, таблицы);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) преподаватель Магомедова Патимат Исламовна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Информационные технологии в профессиональной деятельности

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины (далее – рабочая программа) является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама. Учебная дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» является обязательной частью общепрофессионального цикл.

Целью учебной дисциплины является научиться использовать технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах, использовать в профессиональной деятельности различные виды программного обеспечения, в том числе специального, применять компьютерные и телекоммуникационные средства, распознавать информационные процессы в различных системах.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для
решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных
областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

Уметь:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия; определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

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

Знать:
- номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
- приемы структурирования информации;
- формат оформления результатов поиска информации,
- современные средства и устройства информатизации;
- порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

Уметь:
- определять задачи для поиска информации;
- определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение;
- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

- Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. (ПК 3.2.)

Знать:
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций.

Уметь:
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирования сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для вебсайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет.

- Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. (ПК 3.3.)

Знать:
- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

Уметь:
- использовать поисковые системы интернета;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат.

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

Знать:
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения.

Уметь:
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	70
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	34
Практические занятия (Пр)	34
Зачет (З)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	2
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	З	Тконс		
Раздел 1. Информационные технологии и системы.									
1.	Информационные технологии и системы.	8	6	6				2	
Раздел 2. Пакеты прикладных программ.									
2.	Технология подготовки документов в текстовом процессоре Microsoft Word.	20	20	12	8				
3.	Технология создания многостраничного документа и работа с ним.	8	8		8				

4.	Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.	6	6		6				
5.	Технология создания электронных таблиц в табличном процессоре Microsoft Excel.	24	24	16	8				
6.	Расширенный фильтр. База данных. Элементы управления в MS Excel.	4	4		4				
7.	Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет.	2	2			0,3	1,7		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1.
Информационные технологии и системы.

Основные понятия информационных технологий. Эволюция IT. Информационные системы: назначение, функции, виды. Компьютерные коммуникации.

Тема 2. Технология подготовки документов в текстовом процессоре Microsoft Word.

Классификация и возможности текстовых редакторов. Текстовый процессор Word. Гиперссылки. Вставка формул. Вставка объектов. Применение текстового процессора Word для создания документа по профилю специальности. Текстовый процессор Microsoft Word: понятие, назначение, возможности. Обработка правовой информации текстовыми процессами. Применение информационных средств в профессиональной деятельности. Создание текстовых документов. Редактирование и форматирование документов. Создание и оформление маркированных, нумерованных и многоуровневых списков. Создание и оформление газетных колонок. Создание и оформление таблиц в тексте.

Тема 3. Технология создания многостраничного документа и работа с ним.

Формирование макета многостраничного документа сложной структуры. Подготовка исходного текста для документа. Добавление в документ сносок и перекрестных ссылок. Нумерация вставленных в документ объектов. Создание списков иллюстраций. Создание многостраничного документа с графическими элементами и таблицами. Оформление многостраничного документа с титульной страницей и списком литературы. Стили, создание и редактирование автособираемого оглавления. Подготовка к печати многостраничного документа.

Тема 4. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.

Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов. Оформление документов по ГОСТ. Заявление на получение социальных льгот. Создание шаблона документа: Карточка получателя пособия. Создание интегрированных документов.

Тема 5. Технология создания электронных таблиц в табличном процессоре Microsoft Excel.

Табличный процессор Microsoft Excel: понятие, назначение, возможности. Абсолютная и относительная адресация ячеек, формулы и функции. Применение MS Excel в профессиональной деятельности. Форматы содержимого ячеек. Формулы и функции MSExcel. Построение графиков и диаграмм. Сортировка и фильтрация данных. Применение Excel для проведения расчётов по профилю специальности.

Тема 6. Расширенный фильтр. База данных. Элементы управления в MS Excel.

Редактирование макроса. Изменение параметров безопасности макросов. Редактирование макроса. Элементы управления формы. Фильтрация данных с помощью автофильтра. Расширение

области поиска.

Тема 7. Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет.

См. Приложения Файл Зачет.

Планы практических занятий

Тема 2. Технология подготовки документов в текстовом процессоре Microsoft Word.. Создание текстовых документов. Редактирование и форматирование документов. Создание и оформление маркированных, нумерованных и многоуровневых списков. Создание и оформление газетных колонок. Создание и оформление таблиц в тексте..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы" в приложении.

Тема 3. Технология создания многостраничного документа и работа с ним.. Создание многостраничного документа с графическими элементами и таблицами. Оформление многостраничного документа с титульной страницей и списком литературы. Стили, создание и редактирование автособираемого оглавления. Подготовка к печати многостраничного документа..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы" в приложении.

Тема 4. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.. Оформление документов по ГОСТ. Заявление на получение социальных льгот. Создание шаблона документа: Карточка получателя пособия. Создание интегрированных документов..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы" в приложении.

Тема 5. Технология создания электронных таблиц в табличном процессоре Microsoft Excel. . Ввод и форматирование информации в табличном процессоре MS Excel. Выполнение расчётов в таблицах, применение функций в расчётах. Относительная и абсолютная адресация в табличном процессоре MS Excel. Построение графиков и диаграмм в MS Excel..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы" в приложении.

Тема 6. Расширенный фильтр. База данных. Элементы управления в MS Excel.. Использование функций для автоматизации работы. Автофильтры и расширенные фильтры. Запись и редактирование макросов. Элементы управления формы..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. Файл "Практические работы" в приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа обучающихся, это работа, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время при методическом руководстве преподавателя с целью овладения необходимыми компетенциями по дисциплине, дополнительными знаниями, умениями и навыками, опытом творческой, исследовательской деятельности, развития самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного уровня.

Самостоятельная работа обучающихся способствует систематизации, углублению, закреплению полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; формированию умений использовать справочную и специальную литературу по дисциплине; развитию познавательных способностей и творческой инициативы; способностей к саморазвитию,

самосовершенствованию и самореализации; развитию исследовательских умений; использования материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для эффективной подготовки к промежуточной аттестации.

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями, новой учебной информацией, развития познавательных способностей и активности обучающихся, ответственности и организованности: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), работа над понятиями, ответы на вопросы, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и информационно-телекоммуникационной сети Интернет и др.

- для формирования умений, закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, ответ на контрольные вопросы, подготовка мультимедиа сообщений и презентаций/докладов к выступлению на аудиторном занятии, подготовка рефератов.

Все выполненные задания представляются обучающимися преподавателю в печатном виде в течение семестра по мере их выполнения, но до проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Общие требования к составлению и оформлению презентации

Подготовка мультимедийной презентации проводится во внеаудиторное время, защита презентации - в аудиторное время.

• Формат презентации - PowerPoint Presentation

• Структура презентации

Первый слайд - Указание темы и фамилия имя автора;

Второй слайд - план презентации – по пунктам;

Далее слайды – раскрывающие изложение материала;

Последний слайд – список источников, литературы и интернет-ресурсов.

• Количество слайдов не менее 15-ти.

• Сбалансированное соотношение текста и иллюстраций (иллюстрации должны быть подписаны).

• Требования к изложению темы:

Содержательность: глубина, полнота и конкретность освещения темы (проблемы).

Логичность: последовательность изложения, его пропорциональность, обоснование теоретических положений фактами или обобщение фактов и формулирование выводов.

Концептуальность изложения: рассмотрены различные точки зрения (концепции), выражено свое отношение.

Риторика: (богатство речи): лаконичность, образное выражение мыслей и чувств путем использования различных языковых средств, выбора точных слов, эпитетов и т.п.; правильность и чистота речи; владение исторической терминологией.

• Презентация должна быть выдержана в одном стиле оформления

Критерии оценки защиты мультимедийной презентации:

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к созданию мультимедийной презентации: обозначена тема, выполнен краткий анализ различных источников по данной теме, сформулированы выводы, выдержан объём, соблюдены требования к оформлению, выдержан единый стиль оформления.

Оценка 4 – основные требования созданию мультимедийной презентации и ее защите выполнены, но при этом допущены недочёты: имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность; не выдержан объём презентации; имеются упущения в оформлении: не полностью соблюден единый стиль оформления.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к созданию мультимедийной презентации: не полностью раскрыта тема, имеются существенные недочеты в оформлении.

Оценка 2 – тема презентации не раскрыта, не соблюден единый стиль оформления слайдов.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	

2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

5	
6	
7	
8	
9	
10	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562487

2. Информационные технологии в 2 т. Том 1 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. КИЯЕВ, Е. В. Трофимова ; под редакцией
В. В. Трофимова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 238 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03964-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа

3. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20333-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт — URL: https://urait.ru/bcode/560669

б) дополнительная литература:

1. Гасумова, С. Е. Информационные технологии в социальной сфере : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. Е. Гасумова. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 284 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13236-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/566681

2. Торадзе, Д. Л. Информатика : учебник для среднего профессионального образования / Д. Л. Торадзе. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 158 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18726-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/567750

3. Информационные технологии в юридической деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. М. Беляева, А. Т. Кудинов, Н. В. Пальянова, С. Г. Чубукова ; ответственный редактор С. Г. Чубукова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 338 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18966-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/580531

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

http://www.osp.ru/ Открытые системы: издания по информационным технологиям

http://www.consultant.ru/ Консультант Плюс - законодательство РФ, кодексы и законы в последней редакции. Удобный поиск законов, кодексов, приказов и других документов. Ежедневные обзоры законов. Консультации по бухучету и налогообложению.

http://www.garant.ru/ Информационно-правовой портал

http://www.gosuslugi.ru/ Государственные электронные услуги

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения лекций используется лекционная аудитория, оборудованная экраном, компьютером и проектором, позволяющим осуществлять демонстрацию презентаций.

Для проведения практических занятий используются компьютерные классы, оборудованные компьютерами с доступом к сети Интернет, проектором.

Для проведения лабораторных работ по темам используются лаборатории информатики, оборудованные компьютерами с доступом к сети Интернет, проектором.

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Publisher), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Обеленцева Алёна Юрьевна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

История экранных искусств

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2024

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «История экранных искусств» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Целью учебной дисциплины является формирование общей культурной грамотности, расширение кругозора и способности ориентироваться в мире кино, телевидения и новых медиа.

Актуальность учебной дисциплины заключается в её практической направленности на реализацию единства интересов личности, общества и государства в деле воспитания гражданина Российской Федерации. История экранных искусств прослеживает развитие визуального языка, используемого в кино, телевидении и новых медиа. Знакомство с различными этапами и стилями позволяет глубже воспринимать современные произведения, а также оценивать их в контексте исторического развития.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

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

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

- ***Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. (ПК 3.2.)***

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

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

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
-распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

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

Знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального раз-вития и самообразования;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
-распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определять необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовывать состав-ленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам
кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 час.).

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	86
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	34
Практические занятия (Пр)	46
Консультации (Конс)	2
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Экзамен (Э)	0,4
Текущие консультации (ТКонс)	3,3
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
Внеаудиторная самостоятельная работа	
подготовка к экзамену	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем							Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	Э	К	КоР	Тконс		
Эволюция рекламы.											
1.	Ранняя графическая и полиграфическая реклама (17 - начало 20-го века).	8	8	4	4						
2.	Реклама 20-40-х гг. 20 века (за рубежом и в России).	6	6	4	2						
3.	Зарождение телевизионной и развитие печатной рекламы (1950-1980-е годы).	6	6	4	2						
4.	Реклама 1990-х-2000-х.	10	10	4	6						
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).											
5.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	6	2					0,3	1,7	4	
Современная реклама.											
6.	Фестивали рекламы.	4	4	4							
7.	Ведущие рекламные агентства и их работы.	8	8	4	4						
8.	Инсайт и ключевой рекламный образ в истории рекламы.	6	6	2	4						
9.	Продакт-плейсмент в кино и телевидении.	12	12	4	8						
10.	Новые технологии в рекламе.	20	20	4	16						
Промежуточная аттестация (экзамен)											
11.	Промежуточная аттестация (экзамен).	22	4			0,4	2		1,6	2,4	
12.											

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Ранняя графическая и полиграфическая реклама (17 - начало 20-го века).

Возникновение первых форм массовой рекламы: Летучие листовки, афиши, флаеры. Основоположники рекламного дела: Пьер Марион (Франция), Уильям Хиксон (Англия).

Эволюция рекламных объявлений: переход от простого текста к иллюстрированным изданиям. Промышленная революция и начало 20 века - рекламные агентства, плакат конца 19-го - начала 20-го веков.

Тема 2. Реклама 20-40-х гг. 20 века (за рубежом и в России).

Творчество художников-плакатистов, реклама товаров народного потребления, агитационная реклама, стилистические решения. Рекламные кампании за рубежом. Стилистические особенности рекламы США, Англии и Франции. творческое наследие: Алфонс Муха, Леонардо Да Винчи де Пикассо, Джулия Сарркинен, Теофил Александр Штаммлер и др.

Тема 3. Зарождение телевизионной и развитие печатной рекламы (1950-1980-е годы).

Первая телевизионная реклама (США, СССР). Деятельность «Союзторгреклама», создатели и примеры. Специалисты в сфере дизайна и маркетинга: Владимир Буковский, Юрий Борисов, Сергей Ершов и другие профессионалы, внесшие значительный вклад в разработку советской

рекламы.

Тема 4. Реклама 1990-х-2000-х.

Печатная реклама, видеореклама (оптовики, товары народного потребления, агрессивная реклама). Интернет-реклама (первая реклама, эпоха баннерной рекламы). Интеграция информационных технологий в процесс продвижения товаров и услуг, изменившая привычный уклад коммуникаций.

Тема 5. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

Вопросы к ОКР: 1.Расскажите о влиянии промышленной революции на развитие рекламы. 2.Опишите вклад известных художников-плакатистов (например, Тулуз-Лотрек, Альфонс Муха, Кассандр) в развитие графического дизайна и рекламы. 3.Сравните особенности рекламных кампаний США, Англии и Франции в 20-409х годах 20-го века. 4.Проанализируйте деятельность «Союзторгрекламы» и её роль в развитии рекламы в СССР. 5.Какие изменения произошли в российской рекламе после распада СССР. 6.Охарактеризуйте особенности агрессивной рекламы 1990-х годов.7.Расскажите о возникновении и развитии интернет-рекламы. 8.Опишите историю и особенности фестиваля «Каннские львы». 9.В чём заключается уникальность фестиваля «Ночь пожирателей рекламы»? 10.Приведите примеры кейсов современной рекламы, где эффективно используются инсайты и ключевые рекламные образы. 11.Опишите преимущества и недостатки продакт-плейсмента как рекламного инструмента. 12.Сравните особенности использования продакт-плейсмента в кино и на телевидении. 13.Расскажите о применении AR/VR технологий в рекламе. 14.Как искусственный интеллект используется в современных рекламных кампаниях? 15.Опишите основные тренды и перспективы развития рекламы в будущем. 16.Какие знаковые фигуры российского кино XX века определили лицо отечественного кинематографа? 17.Чем характеризуется эпоха массового прихода цифрового кино в кинотеатры? 18.Как телевидение менялось от черно-белых передач до современного HD-телевещания? 19.Какие стили преобладали в мировом телевидении в середине XX века? 20.Как появилась идея телешоу реалити-шоу и какие цели преследовали создатели таких шоу? 21.Какое влияние оказывают современные сериалы на массовую культуру? 22.Какие преимущества дала возможность записи телепередач на магнитную ленту для телеиндустрии? 23. Что такое телевидение высокой четкости (HDTV) и как оно преобразило просмотр телеканалов? 24.Какие изменения претерпела практика кинопроката с появлением потоковых сервисов (Netflix, Hulu, etc.)? 25.Какова история становления телесериалов как отдельного вида экранного искусства? 26.Чем отличаются концепции сериалов начала XXI века от классических многосерийных фильмов прошлых десятилетий? 27.Какие новые формы существования ТВ появились с развитием интернета и мобильных устройств? 28.Чем обусловлен рост интереса к авторскому кино и независимым режиссерам в последние десятилетия? 29.Что произошло с кинематографом в эпоху пандемии COVID-19 и как это отразилось на зрительских предпочтениях? 30.Как технология виртуальной реальности (VR) меняет традиционные подходы к созданию фильмов и сериалов?

Тема 6. Фестивали рекламы.

История и значение фестивалей. Фестиваль «Каннские львы». Фестиваль «Ночь пожирателей рекламы». Мероприятия направленные на продвижение креативных отраслей, таких как кинематограф, музыка, дизайн и реклама. CLIO Russia: национальный фестиваль, проводимый в России с целью выявления талантов и перспективных проектов отечественного рекламного бизнеса.

Тема 7. Ведущие рекламные агентства и их работы.

Обзор ведущих агентств (GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, Группа АДВ, Public Totem, Mediascope, Студия Артемия Лебедева и т. д.).Russ Outdoor — лидер российского рынка наружной рекламы, специализируется на комплексных коммуникациях на улицах города. Агентство обеспечивает полный цикл услуг от планирования размещения до установки конструкций.

Тема 8. Инсайт и ключевой рекламный образ в истории рекламы.

Определения. Источники инсайтов. Кейсы из истории рекламы. Значимость ключевого рекламного образа. Классические примеры ключевых образов. Психология потребителей и точное

выявление инсайтов-определяющий фактор успеха рекламной кампании.

Тема 9. Продакт-плейсмент в кино и телевидении.

История и эволюция продакт-плейсмента. Влияние на восприятие и эффективность рекламы.Причины популярности продакт-плейсмента. Корейские дорамы. Продакт-плейсмент ради продакт-плейсмента. Примеры продакт-плейсмента в кино и телевидении: фильм «Назад в будущее» , телесериал «Безумцы», фильм «Железный человек» и другие. Будущее продакт-плейсмента.

Тема 10. Новые технологии в рекламе.

Тенденции и примеры новых технологий в рекламе. AR/VR, искусственный интеллект, интерактивная реклама, персонализация. Beacon-технологии. Interactive Ads. Механизм адаптации рекламных посланий к индивидуальным характеристикам пользователя. Выход за рамки традиционной рекламы, обеспечение лучшего вовлечения аудитории.

Тема 11. Промежуточная аттестация (экзамен).

Вопросы к экзамену:

1.Какие основные периоды можно выделить в развитии ранней графической рекламы XVII-XIX веков?

2.Назовите стилевые особенности графической рекламы указанного периода.

3.Кто были известные мастера иллюстрированной рекламы XIX века? В чем заключался их вклад в развитие рекламы?

4.Как возникла первая крупная рекламная фирма XIX века, и какое влияние она оказала на развитие рекламной отрасли?

5.В чем заключались особенности русской дореволюционной коммерческой печати и рекламы?

6.Как дизайн афиш и плакатов был связан с культурой модерна (Art Nouveau)?

7.Какие отличительные черты имела зарубежная реклама межвоенного периода (1920-1940-е гг.)?

8.Опишите тематику, художественные приемы и идеологию российской советской рекламы 1920-х годов.

9.Какие социальные и экономические факторы повлияли на американскую рекламу в период Великой депрессии (1930-е гг.)?

10.Какую роль играли политические плакаты в пропаганде военного времени (Вторая мировая война)?

11.Каковы были первые шаги телевизионной рекламы в США и Европе в 1950-е годы?

12.Какие особенности и приемы использовались в американской телевизионной рекламе 1960 -х гг.? Приведите примеры брендов и корпораций.

13.Опишите советскую печатную рекламу эпохи позднего социализма (1960-1980-е гг.). Почему она была недостаточно развита?

14.Как менялись рекламные слоганы и образы в американских журналах 1960-1970-х гг.?

15.Когда появились специализированные рекламные агентства в США, и какую роль они сыграли в развитии массовой рекламы?

16.Как начало глобальной конкуренции брендов в 1990-е годы отразилось в рекламе?

17.Опишите российские рекламные кампании рубежа тысячелетий. Какие национальные и международные тренды в них прослеживались?

18.Приведите примеры ярких кейсов в мировой рекламе 1990-х — начала 2000-х гг., которые стали культовыми.

19.Как реклама стала элементом поп-культуры в конце XX века?

20.Какие основные изменения произошли в визуальном стиле и оформлении рекламных кампаний начала XXI века?

21.Назовите важнейшие международные фестивали рекламы.

22.Как проводится отбор конкурсантов и победителей на крупнейших фестивалях рекламы?

23.Какова специфика и статус современных фестивалей рекламы в России?

24.Почему фестивальные рекламные ролики часто становятся вирусными и привлекают широкую аудиторию?

25.Какие рекламные агентства мира считаются наиболее известными?

26.Какие классические и нестандартные подходы к разработке креативных концепций используют ведущие российские агентства?

27.Что такое специализированные digital-агентства и в чем их специфика?

28.Какие творческие успехи российских рекламных агентств были отмечены на международных конкурсах?

29.Приведите примеры успешных рекламных кампаний российских компаний последнего десятилетия.

30.Что такое "инсайт" в контексте маркетинга и рекламы?

Тема 12.

Планы практических занятий

Тема 1. Ранняя графическая и полиграфическая реклама (17 - начало 20-го века).. Анализ и сравнение рекламных объявлений 17-19-го веков (Франция, Англия).

Создание плаката в стиле начала 20-го века..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №3 в Приложении.

Тема 2. Реклама 20-40-х гг. 20 века (за рубежом и в России).. Анализ рекламных плакатов 1920-1940-х годов. .

Время - 2 час.

Основные вопросы:

См. файл №3 в Приложении.

Тема 3. Зарождение телевизионной и развитие печатной рекламы (1950-1980-е годы).. Анализ рекламных роликов СССР (1960-1980-е годы)..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

См. файл №3 в Приложении.

Тема 4. Реклама 1990-х-2000-х.. Анализ и сравнение печатной рекламы 90х и 2000х.

Проектирование баннера в стиле ранней интернет-рекламы.

Исследование эволюции рекламы определённой товарной категории (например, автомобилей, продуктов питания).

.

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №3 в Приложении.

Тема 7. Ведущие рекламные агентства и их работы.. Проведение сравнительного анализа. Изучение ключевых работ ведущих рекламных агентств..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №3 в Приложении.

Тема 8. Инсайт и ключевой рекламный образ в истории рекламы.. Проведение анализа инсайтов и ключевых рекламных образов в кейсах современной рекламы. Составление презентации..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №3 в Приложении.

Тема 9. Продакт-плейсмент в кино и телевидении.. Изучение продакт-плейсмента как направление в России.

Составление сравнительного анализа по использовании продакт-плейсмента в кино и на телевидении по разным категориям товаров.

.

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №3 в Приложении.

Тема 10. Новые технологии в рекламе.. Исследование применения AR/VR технологий в рекламе.

Анализ примеров использования искусственного интеллекта в рекламных кампаниях.

Разработка идеи интерактивной рекламной кампании. Исследование трендов в рекламе, подготовка презентации по актуальному тренду.

.

Время - 16 час.

Основные вопросы:

См. файл №3 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в виде наглядных работ (наброски, скетчи, эскизы, этюды), письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).
2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, сделав зарисовку, набросок, составив краткий конспект, и выполнив практическое упражнение.
3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.
4. Выработать критерии оценки результатов работы.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:

Блокбастер.

Буквица (шрифт).

Веб-контент.

Видеоролик.

Витраж.

Воздействие на зрителей.

Восприятие художественных произведений.
Выставка.
Выставочный стенд.
Галерея.
Гендерные стереотипы.
Герменевтика кино.
Глубина цвета.
Графический дизайн.
Гуманитарные аспекты киноискусства.
Декорации.
Демонстрационный зал.
Диалогизация культуры.
Документалистика.
Документальное кино.
Драматургия.
Жанровая принадлежность.
Живопись.
Журнализм.
Запись видеороликов.
Значение символов.
Игра актеров.
Изобразительное искусство.
Иллюзион.
Иммерсивное искусство.
Интерференция света.
Интернет-коммуникация.
Искусство композиции.
Истории успеха.
История развития кинокамеры.
Кадрирование.
Камера-обскура.
Картина художника.
Категория художественности.
Кинопроектор.
Киноаппаратура.
Кинематограф.
Коллаж.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
11	

12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;		

- отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, не-обходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать состав-ленный план; - оценивать результат и		

последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;		

- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на		

сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного		

дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на		

сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в		

профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на		

сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. -распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в		

профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на		

сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании. -распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в		

профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561056

2. Шипулинский, Ф. П. История кино на Западе / Ф. П. Шипулинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 236 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12735-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519184

3. Ильина, Т. В. История искусства : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541766

б) дополнительная литература:

1. Агратина, Е. Е. История зарубежного и русского искусства XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Агратина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16253-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530674

2. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451

3. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515812

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

media-culture-journal.com Журнал, освещающий проблемы современных медиа и культурного развития.

www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия

kitab.ru Издательство и сайт, специализирующийся на литературе по искусству и гуманитарным наукам.

www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)

https://www.tretyakovgallery.ru/ Государственная Третьяковская галерея

muse.jhu.edu Публикатор научной литературы, связанной с искусством и культурой.

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации учебной дисциплины «Истории экранных искусств», кабинет должен быть оснащён следующим специальным оборудованием:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Истории экранных искусств», оснащённый оборудованием:

мольберты;

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (плакаты, референсы, схемы, таблицы);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) преподаватель Магомедова Патимат Исламовна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Рекламная деятельность

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Рекламная деятельность» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Рекламная деятельность» – получение обучающимися знаний, умений и практического опыта, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности в любом направлении сферы рекламы.

Актуальность учебной дисциплины заключается в её практической направленности на достижение поставленных целей, что обусловлено включением в неё релевантных теоретических и практических занятий; программа составлена с опорой на отечественный и зарубежный опыт рекламной деятельности. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- содержание актуальной нормативно-правовой документации;
- современную научную и профессиональную терминологию;
- возможные траектории профессионального развития и самообразования;
- основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности;
- правила разработки бизнес-планов;
- порядок выстраивания презентации;
- кредитные банковские продукты.

Уметь:

- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;
- презентовать бизнес-идею;
- определять источники финансирования.

- Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; (ОК 06.)

Знать:

- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей;
- значимость профессиональной деятельности по специальности;
- стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.

Уметь:

- описывать значимость своей специальности;
- применять стандарты антикоррупционного поведения.

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

Знать:

- принципы выбора каналов коммуникации;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.

Уметь:

- преобразовывать требования заказчика в бриф.

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

Знать:
- методики рекламного планирования;
- инструменты рекламного планирования;
- систему маркетинговых коммуникаций;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- принципы выбора каналов коммуникации;
- аудиторию различных средств рекламы;
- отраслевую терминологию;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;
- принципы стратегического и оперативного планирования РК;
- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;
- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;
- принципы функционирования современных социальных медиа;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.

Уметь:
- определять ключевые цели рекламной кампании;
- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК;
- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения;
- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
- определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки;
- определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач;
- определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории);
- определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать современные приёмы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.

- Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. (ПК 3.3.)

Знать:
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

Уметь:
- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
- определять эффективные офферы;
- создавать оригинальные и стильные логотипы;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учётом пожеланий и профиля заказчика;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать современные приёмы и технологии проведения и управления презентациями;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	144
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	100
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	48
Практические занятия (Пр)	44
Консультации (Конс)	4
Экзамен (Э)	0,8
Текущие консультации (ТКонс)	3,2
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	44
Внеаудиторная самостоятельная работа	
подготовка к экзамену	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем						Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	Э	К	Тконс		
Введение. Архитектура бренда.										
1.	Введение. История рекламы. Классификация рекламы. Фирменный стиль.	18	14	10	4				4	
2.	Целевая аудитория. Создание рекламного продукта.	18,4	16	10	6				2,4	
Основы PR. Общественность и общественное мнение.										
3.	Общественность и общественное мнение.	12	12	8	4					
Промежуточная аттестация (экзамен).										
4.	Промежуточная аттестация (экзамен).	8	4			0,4	2	1,6	4	
Основы PR. PR-деятельность.										
5.	PR-деятельность.	20	20	4	16					
Региональная реклама.										
6.	Российская региональная реклама.	4	4	2	2					
7.	Особенности рекламы регионов мира.	26	26	14	12					
Промежуточная аттестация (экзамен).										
8.	Промежуточная аттестация (экзамен).	22	4			0,4	2	1,6	2,4	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Введение. История рекламы. Классификация рекламы. Фирменный стиль.

Введение. История рекламы. Классификация рекламы. Оценка средств распространения рекламы. Пирамида бренда, структура и элементы рекламной кампании. Миф бренда. Эмоциональная нагрузка бренда, её основные аспекты. Основные носители фирменного стиля. Брендбук. Разработка элементов фирменного стиля и его влияние на формирование корпоративного имиджа предприятия. Анализ фирменного стиля отечественных и зарубежных компаний.

Тема 2. Целевая аудитория. Создание рекламного продукта.

Понятие целевой аудитории. Потребности, интересы, мотивы потребителя рекламы. Сегментирование. Ядро целевой аудитории. Определение целевой аудитории. Этапы создания рекламного продукта. Уникальное торговое предложение (УТП). Поиск и анализ УТП на отечественном рынке. Боли клиента. Иерархии человеческих потребностей.

Тема 3. Общественность и общественное мнение.

Общественность и общественное мнение. Социологические исследования в PR. Три основные теории в PR: «диффузная», «создание спирали молчания», «модель привратника». Средства массовой информации. Работа PR с средствами массовой информации. Изучение общественного мнения. Воздействие PR на формирование имиджа.

Тема 4. Промежуточная аттестация (экзамен).

Вопросы к экзамену:

1) История рекламы. Назовите основные этапы.
2) История российской рекламы. Назовите основные этапы.
3) Классификация рекламы. Опишите критерии и цели.
4) Раскройте тему: «Пирамида бренда, структура и элементы рекламной кампании.»
5) Раскройте тему: «Миф бренда. Эмоциональная нагрузка бренда, её основные аспекты.»
6) Перечислите и охарактеризуйте основные носители фирменного стиля.
7) Раскройте тему: «Брендбук.»
8) Раскройте понятие целевой аудитории.
9) Раскройте тему: «Потребности, интересы, мотивы потребителя рекламы.»
10) Раскройте тему: «Сегментирование. Ядро целевой аудитории.»
11) Перечислите и охарактеризуйте этапы создания рекламного продукта.
12) Раскройте тему: «Уникальное торговое предложение (УТП).»
13) Раскройте тему: «Общественность и общественное мнение.»
14) Опишите механизм проведения социологических исследований в PR и их цели.
15) Опишите и охарактеризуйте три основные теории в PR: «диффузная», «создание спирали молчания», «модель привратника».
16) Раскройте тему: «Работа PR с средствами массовой информации.»
17) Раскройте тему: «Воздействие PR на формирование имиджа.»
18) Опишите механизм определения целевой аудитории.
19) Опишите механизм разработки элементов фирменного стиля и его влияния на формирование корпоративного имиджа предприятия.
20) Опишите механизм оценки средств распространения рекламы.
21) История советской рекламы. Назовите основные этапы.
22) История современной российской рекламы. Назовите основные этапы.
23) Раскройте тему: «Пирамида потребностей Маслоу.»
24) Раскройте тему: «Фирменная айдентика.»
25) Раскройте тему: «Печатная реклама.»
26) Раскройте тему: «Реклама на радио.»
27) Раскройте тему: «Реклама на телевидении.»
28) Раскройте тему: «Реклама в сети Интернет.»
29) Раскройте тему: «Реклама в транспорте.»
30) Раскройте тему: «Партизанский маркетинг.»

Тема 5. PR-деятельность.

Функции PR-специалиста. Создание PR-событий. Создание имиджа в PR. PR-кампании и акции. Организация пресс-конференции. Написание пресс-релиза. Брифинг и интервью-заявление. Пресс-завтрак или пресс-ланч. Участие в выставке. PR и социальные сети. Социальные проекты. Фандрайзинг в PR-деятельности. Организация презентации.

Тема 6. Российская региональная реклама.

Особенности российской региональной рекламы. Различия в менталитете жителей регионов России. Влияние культурных особенностей жителей РФ на содержание рекламной информации. Особенности рекламы в Москве. Особенности рекламы в крупных городах. Особенности рекламы в небольших городах. Особенности рекламы в различных регионах страны.

Тема 7. Особенности рекламы регионов мира.

Понятие культуры. Основные функции культуры. Культура Индии и Китая. Культура Японии и Кореи. Культура США и Канады. Культура стран Латинской Америки. Славянская культура. Культура Западной Европы. Русская культура. Общение и поведение разных народов.

Специфика рекламы для носителей индийской и китайской культур.

Специфика рекламы для носителей японской и корейской культур.

Специфика рекламы для носителей культуры США, Канады и стран Латинской Америки.

Специфика рекламы для носителей европейской культуры.

Специфика восприятия рекламы носителями русской культуры.

Тема 8. Промежуточная аттестация (экзамен).

Вопросы к экзамену:

1) Перечислите и охарактеризуйте функции PR-специалиста.
2) Опишите механизм создания PR-событий.
3) Опишите механизм создания имиджа в PR.
4) Опишите механизм действия PR-кампаний и акций.
5) Опишите механизм организации пресс-конференции.
6) Опишите механизм написания пресс-релиза.
7) Опишите механизм проведения брифинга и интервью-заявления.
8) Опишите механизм проведения пресс-завтрака или пресс-ланча.
9) Раскройте тему: «Участие в выставке.»
10) Раскройте тему: «PR и социальные сети.»
11) Раскройте тему: «Социальные проекты.»
12) Раскройте тему: «Фандрайзинг в PR-деятельности.»
13) Опишите механизм организации презентации.
14) Охарактеризуйте влияние культурных особенностей жителей РФ на содержание рекламной информации.
15) Перечислите и охарактеризуйте основные функции культуры.
16) Раскройте тему: «Культура Индии и реклама.»
17) Раскройте тему: «Культура Китая и реклама.»
18) Раскройте тему: «Культура Японии и реклама.»
19) Раскройте тему: «Культура Кореи и реклама.»
20) Раскройте тему: «Культура США и Канады и реклама.»
21) Раскройте тему: «Культура стран Латинской Америки и реклама.»
22) Раскройте тему: «Славянская культура и реклама.»
23) Раскройте тему: «Культура Западной Европы и реклама.»
24) Раскройте тему: «Русская культура и реклама.»
25) Раскройте тему: «Краудфандинг в рекламе.»
26) Раскройте тему: «Национальные стереотипы в рекламе.»
27) Раскройте тему: «Гендерные стереотипы в рекламе.»
28) Раскройте тему: «Участие в ярмарке.»
29) Опишите механизм организации пресс-тура.»
30) Раскройте тему: «Антикризисный PR.»

Планы практических занятий

Тема 1. Введение. История рекламы. Классификация рекламы. Фирменный стиль.. Оценка средств распространения рекламы. Разработка элементов фирменного стиля и его влияние на формирование корпоративного имиджа предприятия..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Целевая аудитория. Создание рекламного продукта.. Определение целевой аудитории. Этапы создания рекламного продукта. Уникальное торговое предложение..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Общественность и общественное мнение.. Изучение общественного мнения. Воздействие PR на формирование имиджа..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. PR-деятельность.. Организация пресс-конференции. Написание пресс-релиза. Брифинг и интервью-заявление. Пресс-завтрак или пресс-ланч. Участие в выставке. PR и социальные сети. Социальные проекты. Фандрайзинг в PR-деятельности. Организация презентации..

Время - 16 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 6. Российская региональная реклама.. Влияние культурных особенностей жителей РФ на содержание рекламной информации..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 7. Особенности рекламы регионов мира.. Общение и поведение разных народов. Специфика рекламы для носителей индийской и китайской культур. Специфика рекламы для носителей японской и корейской культур. Специфика рекламы для носителей культуры США, Канады и стран Латинской Америки. Специфика рекламы для носителей европейской культуры. Специфика восприятия рекламы носителями русской культуры..

Время - 12 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой

заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Баннерная реклама.
Билборд.
Бот / интернет-бот.
Бриф.
Брифинг.
Бюллетень (пресс-бюллетень).
Видеоконтент.
Вирусное видео.
Выставка.
Выставочный стенд.
Геймификация.
Журнал.
Имидж.
Имиджмейкер.
Имидж организации.
Интегрированная маркетинговая коммуникация.
Инфлюенс-маркетинг.
Инфлюенсер.
Информационное письмо.
Канал коммуникации.
Каталог.
Коммуникатор.
Коммуникация.
Контекстная реклама.
Контент.
Крауд-маркетинг.
Лидеры мнений.
Лонгрид.
Модель поведения.
Медиаплан.
Мониторинг.
Нативная реклама.
Ньюсмейкер.
Паблисити.
Патриотизм.
Пауз-ролл.
Презентация.
Пресс-клиппинг.
Пресс-кит.
Пресс-конференция.
Пресс-релиз.
Пресс-тур.
Связи с общественностью.
Социальная сеть.
Социальный запрос.
Социум.
Спонсорский пакет.
Спонсорство.
Средства массовой информации (СМИ).
Средства массовой коммуникации (СМК).
Традиционные ценности.
Фокусная группа.
Целевая аудитория (группа).

Экспозиция.
KPI.
Mid-roll.
Post-roll.
Pre-roll.
SEO.
SERM.
Wobot.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
- содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современную научную и профессиональную терминологию; - возможные траектории профессионального		

развития и самообразования; - основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; - правила разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации; - кредитные банковские продукты. - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - презентовать бизнес-идею; - определять источники финансирования.		

- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; - значимость профессиональной деятельности по специальности; - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения. - описывать значимость своей специальности; - применять стандарты антикоррупционного поведения.		
- принципы выбора каналов коммуникации; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей. - преобразовывать требования заказчика в бриф.		

- методики рекламного планирования; - инструменты рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета; - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.		

- определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; - определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач; - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); - определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приёмы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.		

- отраслевую терминологию; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и		

стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учётом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приёмы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	

3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561056

2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519425

3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938

б) дополнительная литература:

1. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515812

2. Строгецкий, В. М. Основы культурологии : учебник для среднего профессионального образования / В. М. Строгецкий. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 179 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09105-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513408

3. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543214

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»

4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»

www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»

www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия

www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)

http://www.shm.ru/ Государственный исторический музей

https://pushkinmuseum.art/ Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина

http://www.orientmuseum.ru/ Государственный музей Востока

http://mosmuseum.ru/ Музей Москвы

https://www.tretyakovgallery.ru/ Государственная Третьяковская галерея

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Психология рекламы

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина ОП.05 «Психология рекламы» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы.

Изучение дисциплины направлено на подготовку к осуществлению профессиональной деятельности и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Целью учебной дисциплины является формирование компетенции обучающихся в области психологических процессов, обеспечивающих эффективность воздействия рекламы, целостного представления о существующих современных психологических и маркетинговых технологиях, используемых в рекламной и PR-деятельности в России и за рубежом на современном этапе развития бизнеса и психологической науки.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- перечень информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
- приёмы структурирования информации;
- формат оформления результатов поиска информации;
- современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств;
- компьютерные сети и сетевые технологии обработки информации;
- методы защиты информации;
- Базовые, системные, служебные программные продукты и пакеты прикладных программ;
- понятие правовой информации как среды информационной среды;
- назначение, возможности, структуру, принцип работы информационных справочно-правовых систем;
- теоретические основы, виды и структуру баз данных;
- возможности сетевых технологий работы с информацией.

Уметь:

- определять задачи для поиска информации;
- определять необходимые источники информации и планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска и оформлять их;
- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение;
- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

- Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; (ОК 06.)

Знать:
- сущность гражданско-патриотической позиции и традиционных общечеловеческих ценностей;
- значимость профессиональной деятельности по специальности;
- стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.

Уметь:
- проявлять гражданско-патриотическую позицию;
- демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей;
- описывать значимость своей специальности;
- применять стандарты антикоррупционного поведения.

- Определять целевую аудиторию и целевые группы. (ПК 1.1.)

Знать:
- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
- аудиторию различных средств рекламы;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

Уметь:
- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований;
- уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании.

- Проводить анализ объема рынка. (ПК 1.2.)

Знать:
- методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.

Уметь:
- производить качественные аналитические исследования рынка.

- Проводить анализ конкурентов. (ПК 1.3.)

Знать:
- отраслевую терминологию;
- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
- структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;
- основы маркетинга.

Уметь:
- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;
- организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 час.).

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	86
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	32
Практические занятия (Пр)	48
Консультации (Конс)	2
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Экзамен (Э)	0,4
Текущие консультации (ТКонс)	3,3
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
Внеаудиторная самостоятельная работа	
подготовка к экзамену	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем							Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	Э	К	КоР	Тконс		
Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина											
1.	Введение	8	8	4	4						
2.	Психотехнология в рекламной деятельности	12	12	8	4						
Роль психических процессов в формировании рекламных образов											
3.	Когнитивные аспекты рекламного воздействия	12	12	4	8						
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).											
4.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа)	4	2					0,3	1,7	2	
Аспекты рекламного воздействия											
5.	Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	14	14	4	10						
6.	Поведенческие аспекты рекламного воздействия	8	8	2	6						
7.	Психология мотивации в рекламе	26	26	10	16						
Промежуточная аттестация (экзамен)											
8.	Промежуточная аттестация (экзамен)	24	4			0,4	2		1,6	4,4	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Введение

Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы». Роль психологических знаний в организации рекламной деятельности. Роль психологии в создании эффективной рекламы: психологические механизмы воздействия рекламы на потребителя, психология восприятия рекламных сообщений, эмоциональный отклик и его роль в рекламе, психология цвета и формы в рекламе, влияние когнитивных искажений на восприятие рекламы, психологические аспекты создания запоминающейся рекламы, психология потребительского поведения и её применение в рекламе, социальное влияние и реклама: как работает эффект группового мнения, психологические типы потребителей и их учёт в рекламных стратегиях. Современный этап развития психологии рекламы в России и за рубежом. История развития психологии рекламы

Тема 2. Психотехнология в рекламной деятельности

Определение понятия «психотехнология» и его применение в рекламе. Цели и задачи психотехнологий в рекламе: привлечение внимания, формирование интереса, стимулирование желания и побуждение к действию. Основные принципы психотехнологий в рекламе: как люди воспринимают информацию и как это влияет на их решения, использование знаний о мотивах и потребностях целевой аудитории для создания эффективных рекламных сообщений, роль эмоций в формировании отношения к бренду и продукту. Методы и инструменты психотехнологий в рекламе: психологические приёмы воздействия на аудиторию, нейролингвистическое программирование (НЛП) и его применение в рекламе, психологические тесты и опросы для изучения целевой аудитории. Методы исследования поведения потребителей (A/B тестирование, фокус-группы). Примеры применения психотехнологий в рекламе: использование цветовых схем и шрифтов, применение техник воздействия на подсознание в рекламе (скрытые сообщения или символы). Этические аспекты использования психотехнологий в рекламе. Оценка эффективности

психотехнологий в рекламе: критерии оценки эффективности рекламных кампаний, инструменты и методы анализа результатов использования психотехнологий. - Корректировка рекламных стратегий на основе полученных данных.

Тема 3. Когнитивные аспекты рекламного воздействия

Когнитивные аспекты рекламного воздействия Ощущения в рекламе. Определение понятия «ощущения». Виды ощущения. Свойства ощущения. Ощущение в процессе восприятия рекламы. Явление синестезии и сенсибилизации. Восприятие в рекламе. Определение понятия «восприятие». Виды и свойства восприятия. Восприятие цвета, формы, глубины, пространства, времени Рекламный образ. Внимание, память, мышление в рекламе

Тема 4. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа)

Вопросы к ОКР:

1. Что такое психология рекламы и зачем она нужна?
2. Какие основные принципы психологии рекламы?
3. Какие психологические приёмы используются в рекламе для привлечения внимания потребителей?
4. Как цвет влияет на восприятие рекламы?
5. Какие эмоции чаще всего вызывают рекламные ролики и как это влияет на решение о покупке?
6. Какова роль мотивации в восприятии рекламы?
7. Как работает эффект повторения в рекламе с точки зрения психологии?
8. Какие факторы влияют на запоминаемость рекламы?
9. Как можно использовать психологические особенности целевой аудитории при создании рекламы?
10. Какие психологические механизмы лежат в основе формирования имиджа бренда?
11. Как влияет на восприятие рекламы наличие в ней персонажей, похожих на потребителей?
12. Какова роль социального доказательства в рекламе?
13. Как использовать психологические приёмы для повышения доверия к рекламе?
14. Какие психологические факторы влияют на решение о покупке в интернете?
15. Как можно использовать психологические особенности потребителей для создания вирусного контента?
16. Какие психологические приёмы помогают создать эффективную рекламу для детей?
17. Как возраст влияет на восприятие рекламы и какие психологические особенности нужно учитывать при создании рекламы для разных возрастных групп?
18. Какова роль стереотипов в рекламе и как они могут повлиять на восприятие бренда?
19. Как психологические особенности влияют на выбор рекламных каналов?
20. Какие психологические приёмы могут помочь преодолеть сопротивление потребителей к рекламе?
21. Как можно использовать психологические особенности для создания эмоциональной связи между потребителем и брендом?
22. Какие психологические факторы влияют на эффективность рекламы в социальных сетях?
23. Как можно использовать психологические приёмы для создания рекламных сообщений, которые будут вызывать доверие и симпатию у потребителей?
24. Какие психологические механизмы влияют на восприятие рекламы в контексте культуры и ценностей?
25. Как можно использовать психологические приёмы для создания рекламы, которая будет выделяться на фоне конкурентов?
26. Какие психологические факторы нужно учитывать при создании рекламы для людей с разным уровнем дохода?
27. Как можно использовать психологические особенности при создании рекламы для повышения узнаваемости бренда?
28. Какие психологические приёмы помогают сделать рекламу более персонализированной?

29. Как можно использовать психологические механизмы для создания эффективной рекламы, которая будет побуждать к действию?

30. Какие психологические факторы могут влиять на восприятие рекламы в условиях информационного перегруза?

Тема 5. Эмоциональные аспекты рекламного воздействия

Роль эмоций в рекламе и их влияние на потребителей. Основные эмоциональные состояния, которые могут быть задействованы в рекламных сообщениях (радость, удивление, страх, гнев, печаль и др.). Механизмы эмоционального воздействия в рекламе. - Эмоциональная привлекательность и её роль в формировании позитивного отношения к бренду. Использование эмоциональных триггеров для вызова определённых реакций у потребителей. Эмоциональные стратегии в рекламе. Стратегии, основанные на положительных эмоциях. Стратегии, основанные на отрицательных эмоциях и их этические аспекты. Примеры успешных рекламных кампаний, использующих эмоциональные стратегии. Создание эмоционального образа бренда. Формирование эмоциональной связи между брендом и потребителем. Роль эмоционального брендинга в повышении лояльности клиентов. Оценка эффективности эмоционального воздействия в рекламе. Методы измерения эмоционального отклика на рекламу (опросы, фокус-группы, нейромаркетинг). Анализ взаимосвязи между эмоциональным воздействием и поведенческими реакциями потребителей. Критерии оценки успешности эмоциональных стратегий в рекламе. Этические аспекты использования эмоций в рекламе. Риски манипулирования эмоциями в рекламных сообщениях. Этические нормы и стандарты в использовании эмоциональных стратегий в рекламе.

Тема 6. Поведенческие аспекты рекламного воздействия

Введение в поведенческие аспекты рекламы: основные понятия и определения. Психологические механизмы рекламного воздействия на поведение потребителей: осознание потребности и формирование интереса, влияние рекламы на принятие решения о покупке, формирование лояльности к бренду. Факторы, влияющие на поведение потребителей при воздействии рекламы: характеристики целевой аудитории, особенности продукта или услуги, контекст восприятия рекламы. Модели потребительского поведения в рекламе. Влияние эмоций и рациональных аргументов на поведение потребителей. Методы и приёмы рекламного воздействия на поведение потребителей. Эффективность рекламного воздействия на поведение потребителей. Влияние рекламы на покупательские привычки и поведение в разных сегментах рынка. Ошибки и негативные последствия неправильного рекламного воздействия на поведение потребителей. Стратегии и тактики эффективного поведенческого рекламного воздействия.

Тема 7. Психология мотивации в рекламе

Понятие мотивации и её роль в поведении человека. Основные теории мотивации. Виды мотивации и их применение в рекламе: внутренняя и внешняя мотивация. Механизмы воздействия рекламы на мотивацию потребителей. Психологические приёмы в рекламе для повышения мотивации: создание образа жизни и ценностей через рекламные сообщения, использование социальных доказательств и авторитета, визуальные и вербальные элементы, усиливающие мотивацию. Роль мотивации в принятии решений о покупке. Влияние мотивации на восприятие бренда и продукта. Мотивация и формирование лояльности к бренду. Особенности мотивации разных целевых аудиторий. Возрастные, гендерные и культурные различия в мотивации. Адаптация рекламных сообщений под разные группы потребителей. Ошибки в использовании мотивации в рекламе. Примеры успешных рекламных кампаний, использующих психологию мотивации.

Тема 8.
Промежуточная аттестация (экзамен)

Вопросы к экзамену: 1) Дайте определение понятию «психология рекламы» и охарактеризуйте её роль в современном обществе. 2) Какие основные цели и задачи стоят перед психологией рекламы? 3) Какие психологические механизмы лежат в основе восприятия рекламы?

4) Какие факторы влияют на эффективность рекламы? 5) Какие психологические теории используются для объяснения поведения потребителей рекламы? 6) Какие методы исследования используются в психологии рекламы? 7) Какие виды рекламы существуют и какие психологические особенности они имеют? 8) Какие психологические приёмы используются в телевизионной рекламе? 9) Какие психологические приёмы используются в интернет-рекламе? 10) Какие психологические приёмы используются в печатной рекламе? 11) Какие психологические характеристики целевой аудитории необходимо учитывать при создании рекламы? 12) Как влияют на восприятие рекламы возрастные особенности аудитории? 13) Как влияют на восприятие рекламы гендерные особенности аудитории? 14) Какие психологические аспекты необходимо учитывать при создании рекламы для детей? 15) Какие психологические аспекты необходимо учитывать при создании рекламы для подростков? 16) Какие психологические аспекты необходимо учитывать при создании рекламы для пожилых людей? 17) Какие психологические приёмы помогают создать запоминающийся рекламный образ? 18) Какие психологические приёмы помогают вызвать эмоциональный отклик у потребителей? 19) Какие психологические приёмы помогают сформировать положительное отношение к бренду? 20) Какие психологические аспекты влияют на принятие решения о покупке? 21) Какие психологические приёмы используются для повышения конверсии в рекламе? 22) Какие психологические факторы влияют на формирование лояльности к бренду? 23) Какие психологические приёмы помогают создать эффект «уникальности предложения» в рекламе? 24) Какие психологические особенности восприятия цвета используются в рекламе? 25) Какие психологические особенности восприятия формы используются в рекламе? 26) Какие психологические особенности восприятия текста используются в рекламе? 27) Какие психологические приёмы помогают преодолеть сопротивление потребителей рекламе? 28) Какие психологические аспекты необходимо учитывать при разработке рекламной кампании в социальных сетях? 29) Какие психологические исследования могут помочь оценить эффективность рекламной кампании? 30) Какие психологические механизмы лежат в основе формирования стереотипов и предубеждений, связанных с рекламой?

Планы практических занятий

Тема 1. Введение. Роль психологии в рекламной деятельности.
Деловая игра «Психология рекламы».
Время - 4 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Психотехнология в рекламной деятельности. Психотехнология в рекламной деятельности.
Классификация психических явлений в рекламном процессе..
Время - 4 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Когнитивные аспекты рекламного воздействия. Когнитивные аспекты рекламного воздействия.
Ощущение в процессе восприятия рекламы.
Психология формы.
Психология цвета и света в рекламе..
Время - 8 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Эмоциональные аспекты рекламного воздействия. Moodboard как инструмент коммуникации.

Эмоциональное отношение потребителей к рекламе.

Влияние эмоций на восприятие рекламного сообщения.

Эмоциональный образ в рекламном сообщении.

Психодинамическая и информационная теории эмоций..

Время - 10 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 6. Поведенческие аспекты рекламного воздействия. Анализ поступков человека, определяемым покупательским поведением под воздействием рекламы.

Воздействие внутренней среды на покупателя.

Воздействие внешней среды на покупателя..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 7. Психология мотивации в рекламе. Мотивация потребителя.

Принятие решения потребителем.

Психографические критерии. Составление портрета потребителя.

Модель VALS.

Психограммы поколений.

Психографическое моделирование для определённого сегмента целевой аудитории.

Карта эмпатии.

.

Время - 16 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Адвергейминг.
Бессознательное.
Восприятие.
Воплощение.
Вовлечение в потребление.
Бул-марк.
Агитация.
Ведущая репрезентативная система.
Психологические технологии рекламного взаимодействия.
Редакционная платформа (концепция).
Суггестия.
Иллюзия.
АИДА.
Целевая аудитория.
Ай-стоппер.
Гендер.
Гипноз в рекламе.
Архетип.
Аттракция.
Истеблишмент.
Кастомизированный маркетинг.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
- перечень информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приёмы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации; - современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств; - компьютерные сети и сетевые технологии обработки информации; - методы защиты информации; - Базовые, системные, служебные программные продукты и пакеты прикладных программ; - понятие правовой информации как среды информационной среды; - назначение, возможности, структуру, принцип работы информационных справочно-правовых систем; - теоретические основы, виды и структуру баз данных; - возможности сетевых технологий работы с		

информацией. - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации и планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска и оформлять их; - применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.		

- сущность гражданско-патриотической позиции и традиционных общечеловеческих ценностей; - значимость профессиональной деятельности по специальности; - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения. - проявлять гражданско-патриотическую позицию; - демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей; - описывать значимость своей специальности; - применять стандарты антикоррупционного поведения.		

- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования. - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований; - уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании.		
- методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития. - производить качественные аналитические исследования рынка.		

- отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основы маркетинга. - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.		

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

9	
10	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542275

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

3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы : учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555698

б) дополнительная литература:

1. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541760

2. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545455

3. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543214

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://www.sostav.ru/ Новости рекламы и маркетинга
https://adpass.ru/ Контент-портал, посвященный маркетингу и рекламе
https://adindex.ru/ Новости рекламы и маркетинга

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Маркетинговых исследований», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме..

Автор (составитель) Преподаватель Ткачук Ольга Владимировна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Русский язык и культура речи

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Русский язык и культура речи» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Русский язык и культура речи» – формирование у обучающихся знаний и умений в области владения устной и письменной русской речью и навыков их применения в практической профессиональной деятельности. Дисциплина ориентирована на темы, актуальные для современного специалиста: основные понятия культуры речи, правила речевого этикета, правила орфоэпии, структура и стилистические ресурсы русского языка, основные нормы русского литературного языка, а также на темы, актуальные для специалистов рекламной сферы: публицистический стиль речи, допустимые нормы креативного оформления текстового рекламного продукта.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональных действий в соответствии с выбранным профессиональным стандартом.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- особенности социального и культурного контекста;
- правила оформления документов и построения устных сообщений.

Уметь:

- грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.

- Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (ОК 09.)

Знать:
- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;
- основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);
- лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;
- особенности произношения;
- правила чтения текстов профессиональной направленности.

Уметь:
- понимать общий смысл чётко произнесённых высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;
- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
- кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);
- писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.

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

Знать:
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;
- логику и структуру плана рекламной кампании;
- логику и структуру медиаплана;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.

Уметь:
- составлять полнофункциональные брифы на РК с учётом результатов анализа рынка и конкурентной среды;
- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;
- создавать план РК с учётом поставленных целей и задач;
- осуществлять медиапланирование;
- определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета;
- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;
- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;
- использовать приёмы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении рекламных мероприятий.

- Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. (ПК 3.2.)

Знать:
- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;
- структуру брифа и требования к нему.

Уметь:
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирования сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК.

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

Знать:
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- технические средства создания визуального контента;
- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

Уметь:
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирования сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
- создавать графические материалы рекламного характера;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;
- использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 час.).

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	52
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	16
Практические занятия (Пр)	34
Зачет (З)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	20
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	З	Тконс		
Язык и речь.									
1.	Русский язык и русская речь.	8	6	2	4			2	
Текст.									
2.	Текст и его структура.	8	6	2	4			2	
Функциональная стилистика.									
3.	Функциональные стили речи.	8	6	2	4			2	
Лексика и фразеология.									
4.		8	6	2	4			2	
Орфоэпия.									
5.	Фонетика и орфоэпия.	8	6	2	4			2	
Словообразование.									
6.	Морфемика и словообразование.	10	6	2	4			4	
Морфология.									
7.	Морфология и орфография.	9	6	2	4			3	
Синтаксис. Риторика.									
8.	Синтаксис и пунктуация. Риторика и ораторское искусство.	11	8	2	6			3	
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачёт).									
9.	Промежуточная аттестация	2	2			0,3	1,7		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Русский язык и русская речь.

Язык и речь. Функции и основные единицы языка. Языковая норма и её типы. Вариативность нормы. Виды словарей. Культура речи. Качества хорошей речи. Культура речи в рекламе. Типы языковых норм. 10 речевых заповедей специалиста по рекламе.

Тема 2. Текст и его структура.

Основные признаки текста. Структура текста. Типы текста. Рекламный текст. Текст и его характеристики. Практикум по конструированию рекламного текста. Анализ структуры рекламного текста.

Тема 3. Функциональные стили речи.

Виды функциональных стилей речи (художественной литературы, официально-деловой, научный, публицистический, разговорный). Их характеристика и особенности. Сфера их употребления и использование в языке рекламы. Документы: заявление, служебная и объяснительная записки, расписка. Публицистический текст: заметка.

Тема 4.

Лексика и фразеология. Лексика и лексические нормы современной русской речи. Фразеологизмы и крылатые слова. Изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии в рекламе. Лексические нормы современного текста. Фразеологизмы в рекламных слоганах.

Тема 5. Фонетика и орфоэпия.

Орфоэпические и акцентологические нормы современной русской речи. Акцентологический минимум. Фонетические средства речевой выразительности. Особенности фонетики рекламного текста (аллитерации, созвучия и рифма, ритм, звуковая игра). Орфоэпический минимум специалиста по рекламе. Приёмы звуковой выразительности в рекламном тексте.

Тема 6. Морфемика и словообразование.

Состав слова и способы словообразования. Словообразовательные и формообразовательные ошибки. Структура словообразовательного гнезда. Неологизмы в рекламе.

Тема 7. Морфология и орфография.

Морфология и принципы русской орфографии. Нормы правописания орфограмм. Части речи. Трудные случаи орфографии. Орфография имён собственных (названия брендов, топонимы). Числительные и единицы измерения в профессиональной деятельности.

Тема 8. Синтаксис и пунктуация. Риторика и ораторское искусство.

Словосочетание. Строение и употребление. Простое предложение. Строение, употребление. Сложное предложение. Виды. Структура. Знаки препинания. Выразительные возможности русского синтаксиса. Трудные случаи пунктуации. Авторские знаки. Виды пунктуационного оформления рекламного текста. Редакционная правка рекламного текста. Практикум по современной риторике и модерации дискуссий.

Тема 9. Промежуточная аттестация

Вопросы к зачёту:

1. Расскажите о функциях и основных единицах языка. Языковая норма и её типы. Вариативность нормы. Примеры вариативности нормы
2. Дайте определение культуре речи. Качества хорошей речи. Культура речи в рекламе. Примеры наличия и отсутствия качеств хорошей речи в рекламе.
3. Укажите основные признаки текста. Структура текста. Типы текста. Примеры рекламного текста.
4. Расскажите о видах функциональных стилей речи. Их характеристика и особенности. Сфера их употребления.
5. Раскройте язык художественной литературы как функциональный стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.
6. Раскройте официально-деловой стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.
7. Раскройте научный стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.
8. Раскройте публицистический стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.
9. Раскройте разговорный стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.
10. Расскажите о лексике и лексических нормах современной русской речи.
Изобразительно-выразительные возможности лексики. Примеры их использования в рекламе.
11. Расскажите о прямом и переносном значении слова. Метафора и метонимия.
Примеры их использования в рекламе.
12. Расскажите о многозначности слова и омонимии. Примеры их использования в рекламе.
13. Раскройте следующие понятия: синонимы, антонимы и паронимы. Примеры их использования в рекламе.
14. Расскажите о лексике с точки зрения её происхождения: исконно-русские и заимствованные слова. Примеры их использования в рекламе.
15. Расскажите о лексике с точки зрения её употребления: диалектизмы, профессионализмы, жаргонизмы. Приведите примеры использования в рекламе.
16. Расскажите о лексике с точки зрения её употребления: архаизмы, историзмы, неологизмы. Приведите примеры их использования в рекламе.
17. Расскажите о лексике с точки зрения её употребления: интернационализмы, экзотизмы.

Приведите примеры их использования в рекламе.

18. Расскажите о фразеологизмах и крылатых словах. Изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии. Приведите примеры их использования в рекламе.

19. Проанализируйте орфоэпические и акцентологические нормы современной русской речи. Подвижность этих норм. Приведите примеры их использования в рекламе.

20. Проанализируйте фонетические средства речевой выразительности. Особенности фонетики рекламного текста. Приведите примеры использования фонетических приёмов в рекламном тексте.

21. Проанализируйте состав слова и способы словообразования. Виды морфем. Приведите примеры использования инструментов морфемики в рекламе.

22. Расскажите о морфологии и принципах русской орфографии: основные закономерности правописания имён собственных. Приведите примеры их использования в рекламе.

23. Расскажите о морфологии и принципах русской орфографии: основные правила написания имён числительных и сокращения единиц измерения. Приведите примеры их использования в рекламе.

24. Расскажите о синтаксисе и пунктуации: знаки препинания, выразительные возможности русского синтаксиса. Приведите примеры их использования в рекламе.

25. Проанализируйте словосочетание: строение и употребление. Простое предложение: строение, употребление, пунктуационное оформление. Приведите примеры их использования в рекламе.

26. Расскажите о сложном бессоюзном предложении: виды, структура, знаки препинания. Приведите примеры их использования в рекламе.

27. Расскажите о сложносочинённом предложении: виды, структура, знаки препинания. Приведите примеры их использования в рекламе.

28. Расскажите о сложноподчинённом предложении: виды, структура, знаки препинания. Приведите примеры их использования в рекламе.

29. Раскройте понятие “авторская пунктуация”: цели, основные закономерности, изобразительно-выразительные свойства. Примеры использования в рекламе.

30. Расскажите о риторике: основные методы, приёмы и закономерности. Роль риторики в современной рекламной деятельности.

Планы практических занятий

Тема 1. Русский язык и русская речь.. Практическая работа №1. Типы языковых норм.
Практическая работа №2. 10 речевых заповедей специалиста по рекламе..
Время - 4 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Текст и его структура.. Практическая работа №3. Текст и его характеристики.
Практическая работа №4. Практикум по конструированию рекламного текста.
.
Время - 4 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Функциональные стили речи.. Практическая работа №5. Документы: заявление, служебная и объяснительная записки, расписка.
Практическая работа №6. Публицистический текст: заметка.
.
Время - 4 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. . Практическая работа №7. Лексические нормы современного текста.

Практическая работа №8. Фразеологизмы в рекламных слоганах.

.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Фонетика и орфоэпия.. Практическая работа №9. Орфоэпический минимум специалиста по рекламе.

Практическая работа №10. Приёмы звуковой выразительности в рекламном тексте.

.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 6. Морфемика и словообразование.. Практическая работа №11. Структура словообразовательного гнезда.

Практическая работа №12. Неологизмы в рекламе.

.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 7. Морфология и орфография.. Практическая работа №13. Орфография имён собственных (названия брендов, топонимы).

Практическая работа №14. Числительные и единицы измерения в профессиональной деятельности.

.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 8. Синтаксис и пунктуация. Риторика и ораторское искусство.. Практическая работа №15. Виды пунктуационного оформления рекламного текста.

Практическая работа №16. Редакционная правка рекламного текста.

Практическая работа №17. Практикум по современной риторике и модерации дискуссий..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Основные категории учебной дисциплины для самостоятельной подготовки.

Методические рекомендации по выполнению заданий для самостоятельной работы обучающимся.

Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

Цель: углубление и расширение изученных тем, самостоятельное овладение обучающимся новой учебной информацией, расширения его представлений в области русского языка и культуры речи; обеспечение эффективности самостоятельной работы обучающихся на основе организации ее выполнения.

Задачи: Используя учебники и пособия из списка основной литературы к данной дисциплине, выполнить Задания 1 и 2 в рамках ОК 05 и ОК 09.

Данные задания предоставляются обучающимися преподавателю в письменном или устном виде в течение семестра по мере их выполнения, но до проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

1.Анализ речевой структуры любого текста с точки зрения использования нормированных и ненормированных средств языка:

1) поуровневый принцип, в соответствии с которым выделяют нормы: фонетические, грамматические (морфология и синтаксис), лексические, фразеологические и нормы правописания.

2)функциональный принцип.

2. Подготовка сообщения

В сообщении раскрывается выбранная тема, по возможности приводятся примеры. При подготовке сообщения можно подбирать материал в Интернете, обращаться к преподавателю за разъяснением материала. Полученную информацию необходимо осмыслить. К сообщению необходимо подготовить план выступления. Сообщение изложить в устной форме на занятии, при этом можно пользоваться планом выступления.

3.Подготовка презентации.

Презентация должна соответствовать следующим требованиям:

-Все слайды презентации должны быть выполнены в программе Microsoft Power Point любой версии в едином стиле.

-Размер файла должен быть не более 2Мб, количество слайдов 10-15 шт.

-Должны быть титульный, информационный и закрепляющий слайды.

-Титульный слайд должен отражать тему презентации, ФИ автора, учебное заведение и год создания.

Критерии оценок самостоятельных работ обучающихся:

оценка «5»- обучающийся рассказывает, а не читает сообщение; тема раскрыта в заданном объеме; рассказ аргументированный, четкий; словарный запас адекватен поставленной задаче; обучающийся не делает грубых фонетических и грамматических ошибок.

оценка «4» - обучающийся рассказывает, заглядывая в текст сообщения; тема раскрыта не в полном объеме; словарный запас достаточный, но наблюдается некоторое затруднение при подборе слов; обучающийся допускает фонетические и грамматические ошибки, не затрудняющие понимание.

оценка «3» -тема раскрыта в ограниченном объеме; обучающийся демонстрирует неспособность логично и связно высказываться; словарный запас ограниченный; обучающийся делает многочисленные фонетические и грамматические ошибки, затрудняющие понимание.

оценка «2» -тема не раскрыта; словарный запас недостаточен; обучающийся демонстрирует неправильное использование грамматических структур; речь почти не воспринимается на слух из-за большого количества ошибок.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
11	
12	
13	

14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

7	
8	
9	
10	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Голубева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19955-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/581101

2. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк, А. И. Дунев, В. А. Ефремов, Е. В. Сергеева; под общ. ред. В. Д. Черняк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 389 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00832-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538050

3. Самсонов Н. Б. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Б. Самсонов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 228 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17399-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538093

б) дополнительная литература:

1. Бортников В. И. Русский язык и культура речи. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Бортников, Ю. Б. Пикулева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 95 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07648-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/516420

2. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Панфилова, А. В. Долматов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 488 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16686-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568542

3. Русский язык и культура речи. Семнадцать практических занятий: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Ганапольская [и др.]; под редакцией Е. В. Ганапольской, Т. Ю. Волошиновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12286-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541479

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://biblio-online.ru Электронная библиотека «Юрайт»
http://slovari.ru Словари русского языка
http://orfo.ruslang.ru Ресурс орфографии некодифицированных лексем «Академос»
http://gramota.ru Справочно-информационный портал «Грамота.ру»
http://glvrd.ru Портал редактирования текстов «Главред»

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:
кабинет, оснащённый оборудованием:
учебная доска;
наглядные пособия;
персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
мультимедийный проектор;
мультимедийный экран;
лазерная указка;
средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:
кабинет «Социально-гуманитарных дисциплин», оснащённый оборудованием:
учебная доска;
наглядные пособия;
персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
мультимедийный проектор;
мультимедийный экран;
лазерная указка;
средства аудиовизуализации.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

Автор (составитель) преподаватель Федулова Марина Александровна

Автор (составитель) преподаватель Усачёва Оксана Ивановна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2024

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов» входит в профессиональный модуль «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков анализа целевой аудитории и конкурентной среды, сегментирования рынка для решения различных задач, связанных с процессом разработки рекламных кампаний, постановки целей и задач, являющимися неотъемлемой частью разработки и проведения рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5, вид деятельности: проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

- Определять целевую аудиторию и целевые группы. (ПК 1.1.)

Знать:

- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
- аудиторию различных средств рекламы;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

Уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований;
- уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании.

- Проводить анализ объема рынка. (ПК 1.2.)

Знать:
- методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.

Уметь:
- производить качественные аналитические исследования рынка.

- Проводить анализ конкурентов. (ПК 1.3.)

Знать:
- отраслевую терминологию;
- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
- структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;
- основы маркетинга.

Уметь:
- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;
- организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.

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

Знать:
- принципы выбора каналов коммуникации;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.

Уметь:
- преобразовывать требования заказчика в бриф.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (135 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	135
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	126
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	54
Практические занятия (Пр)	68
Часы на контрольные работы (КоР)	0,6
Текущие консультации (ТКонс)	3,4
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	9
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Сущность и значение анализа целевой аудитории.									
1.	Сущность и значение анализа целевой аудитории. Типы потребителей. Модель потребительского поведения.	14	14	6	8				
2.	Процесс анализа целевой аудитории. Воронка продаж. Тестирование customer development (CustDev).	12	12	6	6				
3.	Комплексное изучение рынка.	6	6	6					
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
4.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2			0,3	1,7	2	
Структура и показатели анализа рынка.									
5.	Структура и показатели анализа рынка.	10	10	2	8				
6.	Основные этапы проведения исследования рынка.	10	10	2	8				
7.	Целевой сегмент рынка. Проблемы организации на рынке.	18	18	4	14				
Комплексное изучение конкурентов.									
8.	Роль анализа конкурентов для бизнеса. Структурные факторы, обусловливающие интенсивность конкуренции. Основы отраслевого анализа.	8	8	6	2				
9.	Идентификация конкурентов. Этапы и структура исследования конкурентов. Методы исследования конкурентов.	12	12	6	6				
10.	Анализ конкурентов.	24	24	12	12				
11.	Определение конкурентного статуса компании.	8	8	4	4				
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа)									
12.		9	2			0,3	1,7	7	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Сущность и значение анализа целевой аудитории. Типы потребителей. Модель потребительского поведения.

Понятие целевой аудитории. Сущность и значение изучения целевой аудитории.

Типы потребителей. Классификация потребителей. Понятие сегментации целевой аудитории. Инструменты проведения сегментации целевой аудитории.

Тема 2. Процесс анализа целевой аудитории. Воронка продаж. Тестирование customer development (CustDev).

Качественные и количественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей. Инструменты анализа каналов коммуникации в соответствии характеристикам

аудитории. Приёмы привлечения аудитории при проведении исследований. Приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований. Технология проведения глубинного интервью. Воронка продаж и её виды.

Тема 3. Комплексное изучение рынка.

Роль анализа рынка для бизнеса. Виды рынков. Динамика и устойчивость рынка. Факторы, влияющие на устойчивость рынка. Виды и методы исследований рынка. Преимущества и недостатки качественных исследований рынка в зависимости от постановки цели. Преимущества и недостатки количественных исследований рынка в зависимости от постановки цели.

Тема 4. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

Вопросы к ОКР: 1) Раскройте понятие маркетинга.
2) Раскройте понятие целевой аудитории.
3) Перечислите и охарактеризуйте типы потребителей.
4) Раскройте понятие модель потребительского поведения.
5) Опишите процесс анализа целевой аудитории.
6) Раскройте понятие воронка продаж.
7) Опишите механизм тестирования customer development (CustDev).
8) Опишите роль анализа рынка для бизнеса.
9) В чём суть динамики и устойчивости рынка?
10) Перечислите виды и методы исследований рынка.
11) Опишите механизм определения целевого рынка.
12) Опишите механизм подбора инструмента для проведения анализа.
13) Опишите механизм определения каналов коммуникации.
14) Опишите механизм исследования потребительских предпочтений.
15) Опишите механизм сегментирования целевой аудитории.

Тема 5. Структура и показатели анализа рынка.

Определение цели и рамок анализа. Сбор и обработка данных. Анализ конкурентной среды. Исследование целевой аудитории. Анализ рыночных тенденций и прогнозирование. Оценка возможностей и угроз.

Тема 6. Основные этапы проведения исследования рынка.

Методика постановки проблемы. Методы сбора данных. Анализ данных. Формирование выводов и разработка рекомендаций. Представление результатов.

Тема 7. Целевой сегмент рынка. Проблемы организации на рынке.

Целевой сегмент рынка. Методы сегментации. Сервисы для определения. Проблемы организации на рынке. Проблемы исследования на внутреннем рынке. Проблемы исследования на внешнем рынке. Взаимодействие организации со своей целевой аудиторией.

Тема 8. Роль анализа конкурентов для бизнеса. Структурные факторы, обусловливающие интенсивность конкуренции. Основы отраслевого анализа.

Понимание рыночной позиции. Выявление сильных и слабых сторон. Разработка стратегий. Прогнозирование рыночных тенденций. Методы анализа. Сервисы для анализа. Барьеры входа и выхода. Интенсивность и характер соперничества. Ожидаемые ответные меры. Опыт и масштаб конкурентов. Цена предотвращения вхождения. Опасность продуктов-субститутов. Рыночная власть покупателей и поставщиков. Влияние государства на отраслевую конкуренцию. Оценка ёмкости и объёма отрасли. Определение конъюнктуры и описание наиболее значимых факторов внешней среды. Исследование производственных процессов. Отслеживание динамики импорта и экспорта.

Тема 9. Идентификация конкурентов. Этапы и структура исследования конкурентов. Методы исследования конкурентов.

Типы конкурентов. Специализированные инструменты для идентификации конкурентов.

Ошибки при проведении анализа. Структура анализа конкурентов. Анализ контента и ключевых фраз. Оценка видимости в поисковых системах. Исследование маркетинговых стратегий. Анализ пользовательского опыта. SWOT-анализ. Анализ пяти сил Портера. PEST-анализ.

Тема 10. Анализ конкурентов.

Анализ торгового предложения конкурентов. Анализ ценообразования конкурентов. Анализ ассортимента конкурентов. Анализ программы лояльности конкурентов. Анализ каналов сбыта конкурентов. Анализ рекламы конкурентов.

Тема 11. Определение конкурентного статуса компании.

Обработка и преобразование результатов анализа конкурентов. Формы преобразования данных. Ошибки при обработке данных. Определение конкурентного статуса компании. SPACE-анализ. Анализ активности конкурентов в интернете. Влияние результатов анализа на рекламные кампании, коммуникационную стратегию и позиционирование бренда. Общий бенчмаркинг. Внутренний бенчмаркинг.

Тема 12.

Вопросы к ОКР:

1) Раскройте практическое значение теории жизненного цикла товара. 2) Как следует поступить на этапе спада, если Вы не хотите снимать то-вар с производства? 3) Приведите примеры товаров (товарных групп), которые могут разви-ваться по кривой «бум». 4) Приведите примеры товаров (товарных групп), которые могут разви-ваться по гребешковой кривой. 5) Приведите примеры товаров (товарных групп), которые могут разви-ваться по кривой «повторное увлечение». 6) Приведите примеры товаров, которые могут развиваться по кривой «провал». 7) Поясните цель применения портфельных подходов. 8) Какие из портфельных подходов Вы рекомендуете для товара, имеющегося на рынке? 9) Какие матрицы можно использовать для новых товаров? 10) Для каких уровней может быть разработана матрица БКГ? 11) Предложите показатели для разметки осей матрицы Мак Кинси. 12) В каких квадрантах матрицы Мак Кинси рекомендуется работать без инвестирования? 13) В чём заключается практическое значение общей конкурентной матрицы М. Портера? 14) Приведите примеры предприятий – лидеров рынка. 15) Приведите примеры предприятий, избегающих прямой конкуренции.

Планы практических занятий

Тема 1. Сущность и значение анализа целевой аудитории. Типы потребителей. Модель потребительского поведения.

. Определение целевого рынка. Подбор инструмента для проведения анализа. Определение каналов коммуникации. Исследование потребительских предпочтений.

.

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Процесс анализа целевой аудитории. Воронка продаж. Тестирование customer development (CustDev).

. Анализ факторов, влияющих на принятие решения о покупке в организации. Сегментирование целевой аудитории..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Структура и показатели анализа рынка. . Определение портрета целевой аудитории. Работа с инструментами для анализа целевой аудитории. Проведение целостного анализа целевой аудитории. Выбор целевого сегмента рынка..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 6. Основные этапы проведения исследования рынка.. Определение проблемы организации. Формулирование цели и задач исследования. Составление плана проведения исследования рынка. Определение источников для сбора необходимой информации..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 7. Целевой сегмент рынка. Проблемы организации на рынке.

. Составление SWOT-анализа предприятия. Составление PEST-анализа предприятия. Проведение ситуационного анализа рынка. Выявление тенденций рынка. Расчёт объёма, потенциала, темпа роста рынка. Преобразование полученных данных. Разработка концепции позиционирования продукта на рынке..

Время - 14 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 8. Роль анализа конкурентов для бизнеса. Структурные факторы, обусловливающие интенсивность конкуренции. Основы отраслевого анализа.

. Оценка общего уровня внутриотраслевой конкуренции..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 9. Идентификация конкурентов. Этапы и структура исследования конкурентов. Методы исследования конкурентов.. Составление карты конкуренции. Проведение сравнительного анализа конкурентов. Проведение сравнительного анализа ценовой политики конкурентов..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 10. Анализ конкурентов.

. Проведение сравнительного анализа дистрибуции продукта конкурентов. Определение позиционирования всех участников на рынке. Оценка методов продвижения конкурентов. Оценка технологического уровня конкурентов. Оценка конкурентных преимуществ/недостатков. Оценка и сравнение ключевого потребителя конкурентов..

Время - 12 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 11. Определение конкурентного статуса компании.

. Общий бенчмаркинг. Внутренний бенчмаркинг..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий,

но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Боли клиента.
Вторичная информация.
Географический признак ЦА.
Гипотеза потребительского поведения.
Иррациональный спрос.
Каналы коммуникации.
Панельный метод.
Потребительские предпочтения.
Приверженности бренду.
Психографический признак ЦА.
Рекламный бюджет.
Рынок труда.
Сегмент эконом.
Сегментация пользователей товара/услуги.
Содержание рекламной информации.
Тренды.
Условия ограниченности ресурсов.
Цель рекламой кампании.
Экономическое развитие региона.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

7	
8	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561056

2. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541760

3. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555773

б) дополнительная литература:

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 288 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16159-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541809

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538368

3. Основы экономической теории : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. А. Толкачев [и др.] ; под редакцией С. А. Толкачева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 577 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19004-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555721

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Маркетинговых исследований», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» входит в профессиональный модуль «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков постановки целей и задач, являющимися неотъемлемой частью разработки и проведения рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5, вид деятельности: проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

- ***Определять целевую аудиторию и целевые группы. (ПК 1.1.)***

Знать:

- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
- аудиторию различных средств рекламы;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

Уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований;
- уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании.

- ***Проводить анализ объема рынка. (ПК 1.2.)***

Знать:
- методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.

Уметь:
- производить качественные аналитические исследования рынка.

- Проводить анализ конкурентов. (ПК 1.3.)

Знать:
- отраслевую терминологию;
- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
- структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;
- основы маркетинга.

Уметь:
- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;
- организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.

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

Знать:
- принципы выбора каналов коммуникации;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.

Уметь:
- преобразовывать требования заказчика в бриф.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (99 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	99
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	96
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	46
Практические занятия (Пр)	46
Часы на контрольные работы (КоР)	0,6
Текущие консультации (ТКонс)	3,4
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	3
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем	Сам. раб.	Формируемые результаты

			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		обучения
Сущность рекламных и коммуникационных кампаний.									
1.	Сущность рекламных и коммуникационных кампаний	16	16	10	6				
2.	Реализация кампании.	16	16	8	8				
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
3.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2			0,3	1,7	2	
Проведение рекламной или коммуникационной кампании.									
4.	Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.	18	18	8	10				
5.	Рекламный бюджет. Оптимизация расходов.	12	12	4	8				
Рекламные акции и мероприятия.									
6.	Рекламные акции и мероприятия.	6	6	4	2				
7.	Рекламные стратегии. Стратегические цели и цели рекламных акций.	24	24	12	12				
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
8.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	3	2			0,3	1,7	1	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний

Понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний. Основные виды рекламных и коммуникационных кампаний, и их задачи. Теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний. Характеристика составляющих элементов рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании. Разработка медиаплана.

Тема 2. Реализация кампании.

Реализация кампании. Основные этапы. Виды рекламных мероприятий. Виды эффективности рекламных мероприятий. Оценка эффективности рекламных мероприятий. Критерии оценки эффективности рекламных мероприятий. Закупка рекламного времени. Система скидок и наценок. Виды каналов продвижения. Определение каналов продвижения торговой марки. Определение перспективных каналов в интернет-среде. Разработка рекламных идей.

Тема 3. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

Вопросы к ОКР: 1) Раскройте понятие брифа, виды брифов.
2) Опишите специфику закупки рекламного времени.
3) Опишите специфику системы скидок и наценок.
4) Опишите специфику структуры брифа.
5) Раскройте механизм оценки брифа соответствия постеленной задаче.
6) Раскройте механизм оценки эффективности рекламных меро-приятий.
7) Раскройте понятие и цели рекламных и коммуникационных кампаний.
8) Назовите основные виды рекламных и коммуникационных кампаний и их задачи.
9) Охарактеризуйте этапы реализации рекламной кампании.
10) Охарактеризуйте этапы разработки медиаплана.

11) Перечислите теоретические принципы организации рекламной и коммуникационной кампаний.

12) Дайте характеристику составляющим элементам рекламной кампании: проведение исследований рынка, формирование концепции рекламной кампании.

13) Охарактеризуйте сущность рекламных и коммуникационных кампаний.

14) Назовите и охарактеризуйте каналы продвижения.

15) Назовите и охарактеризуйте каналы продвижения в Интернете.

Тема 4. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.

Определение аудитории и целей рекламы. Проверка концепции. Тестирование черновых материалов. Исследование восприятия готовых рекламных продуктов. A/B-тестирование. Мультивариантное тестирование. Тестирование через анкеты. Слепые тесты. Оценка реального влияния РК на покупателей.

Тема 5. Рекламный бюджет. Оптимизация расходов.

Виды коммуникационных каналов. Экономическая эффективность рекламной кампании. Коммуникативная эффективность рекламной кампании. Рекламный бюджет и факторы, влияющие на его объём. Соотношение прибыли и объёмов сбыта. Этап жизненного цикла товара. Свойства товара. Уровень конкуренции. Оптимизация расходов на рекламу в условиях ограниченности ресурсов.

Тема 6. Рекламные акции и мероприятия.

Понятие рекламных акций и мероприятий, их цели и задачи. Виды рекламных акций и мероприятий. Скидки и распродажи. Купоны и промокоды. Конкурсы и розыгрыши. Мотивация покупателей. Выделение бренда. Выставки и ярмарки. Промоакции и дегустации. Семинары и вебинары.

Тема 7. Рекламные стратегии. Стратегические цели и цели рекламных акций.

Взаимосвязь стратегических целей и целей рекламных акций. Стратегия: вывод на рынок новой торговой марки. Стратегия: быстрая продажа товаров. Стратегия: поддержка бренда и лояльности клиентов. Специфика промоакций в торговых сетях. Оценка эффективности рекламных акций и мероприятий. Рекламные акции для B2C. Рекламные акции для B2B. PR-акции.

Тема 8. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

Вопросы к ОКР: 1) Выбор вида рекламной или коммуникационной кампании. 2) Оптимизация расходов на рекламу в условиях ограниченности ресурсов. 3) Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе. 4) Рекламный бюджет и факторы, влияющие на его объём. 5) Виды коммуникационных каналов. 6) Коммуникативная эффективность рекламной кампании. 7) Экономическая эффективность рекламной кампании. 8) Распределение каналов коммуникации на целевую аудиторию. 9) Сроки проведения рекламной или коммуникационной кампании. 10) Способы оценки эффективности исходя из целей кампаний. 11) Понятие рекламных акций и мероприятий, их цели и задачи. 12) Виды рекламных акций и мероприятий. 13) Взаимосвязь стратегических целей и целей рекламных акций. 14) Специфика промо-акций в торговых сетях. 15) Акции с целью вывода на рынок новой торговой марки.

Планы практических занятий

Тема 1. Сущность рекламных и коммуникационных кампаний. .

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Реализация кампании.. .
Время - 8 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. Методы определения эффективности: предтестирование, тестирование, посттестирование в рекламе.
. .
Время - 10 час.
Основные вопросы:
См. файл №2 в Приложении.

Тема 5. Рекламный бюджет. Оптимизация расходов.. .
Время - 8 час.
Основные вопросы:
См. файл №2 в Приложении.

Тема 6. Рекламные акции и мероприятия.. .
Время - 2 час.
Основные вопросы:
См. файл №2 в Приложении.

Тема 7. Рекламные стратегии. Стратегические цели и цели рекламных акций.. .
Время - 12 час.
Основные вопросы:
См. файл №2 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.
3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.
4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Виды конкуренции.
Вторичные исследования.
Выборка.
Калькуляция рыночной ёмкости.
Коммуникативная эффективность рекламы.
Конкурентная среда.
Конкуренция на рынке.
Конъюктура рынка.
Объём рынка.
Первичные исследования.
Потребительское поведение.
Целевая аудитория.
Целевой рынок.
Экономическая эффективность рекламы.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

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

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938

3. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538481

б) дополнительная литература:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538368

2. Шимко, П. Д. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Д. Шимко. — 5-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18815-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/551726

3. Основы экономической теории : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. А. Толкачев [и др.] ; под редакцией С. А. Толкачева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 577 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19004-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555721

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Маркетинговых исследований», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Основы теории коммуникации

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Основы теории коммуникации» входит в профессиональный модуль «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Основы теории коммуникации» – получение студентами базовых представлений о коммуникационных процессах и их роли в жизни современного гражданского общества, знакомство с деятельностью коммуникатора и особенностями аудитории коммуникации. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об осуществлении деятельности в области связи, информационных и коммуникационных технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы). Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5, вид деятельности: проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

- Определять целевую аудиторию и целевые группы. (ПК 1.1.)

Знать:

- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
- аудиторию различных средств рекламы;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

Уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований;
- уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании.

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

Знать:
- принципов выбора каналов коммуникации;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.

Уметь:
- преобразовывать требования заказчика в бриф.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	104
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	50
Практические занятия (Пр)	50
Часы на контрольные работы (КоР)	0,6
Текущие консультации (ТКонс)	3,4
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Коммуникация как наука и предмет изучения.									
1.	Коммуникация как наука и предмет изучения.	12	12	8	4				
2.	Информация как основа коммуникативного процесса.	12	12	6	6				
Виды и формы коммуникации.									
3.	Виды и формы коммуникации.	16	16	8	8				
4.	Философские подходы к построению теории коммуникации.	10	10	4	6				
Когнитивные теории коммуникаций.									
5.	Когнитивные теории коммуникаций.	16	16	8	8				

Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
6.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	6	2			0,3	1,7	4	
Массовая коммуникация.									
7.	Массовая коммуникация.	16	16	6	10				
Межличностная коммуникация.									
8.	Межличностная коммуникация.	14	14	6	8				
9.	Коммуникация в малых группах, коммуникация в организациях.	4	4	4					
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
10.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	2	2			0,3	1,7		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Коммуникация как наука и предмет изучения.

Коммуникация как феномен действительности. Предмет, объект и функции теории коммуникации. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации. Коммуникация как структура. Основные элементы коммуникативного процесса. Коммуникация как передача информации. Коммуникация как взаимодействие. Коммуникация как социальное взаимодействие. Коммуникация как семиотический процесс. Коммуникация как создание общего знания.

Тема 2. Информация как основа коммуникативного процесса.

Знаковый характер информационного взаимодействия. Информация, знак, образ. Информация как средство коммуникации, сущность коммуникативного подхода. Информация как информационный ресурс. Основные характеристики знака. Кодирование и декодирование информации. Глубинная суть процесса коммуникации.

Тема 3. Виды и формы коммуникации.

Вербальная коммуникация. Речь как способ коммуникации. Невербальная коммуникация. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации. Монолог и диалог (полилог). Устноречевая коммуникация. Письменноречевая коммуникация. Выражение мыслей и чувств. Установление и поддержание отношений. Регулирование поведения. Развитие понимания и согласование.

Тема 4. Философские подходы к построению теории коммуникации.

Разработка немецкой классической философией категориального аппарата. Трактовка человеческого общения в субъектно-объектных категориях. Теория познания И. Канта. Диалектика Г. Гегеля. Этика Л. Фейербаха. Субъект-объектные ориентации. Субъектно-объектные отношения.

Тема 5. Когнитивные теории коммуникаций.

Роль понимания в восприятии сообщений. Значение как динамическое взаимодействие между читателем и сообщением. Изучение восприятия рекламы с помощью семантического дифференциала. Профессиональные приёмы журналистов, рекламистов, специалистов PR как правила коннотирования. Смысловой анализ. Способность прогнозировать. Способность дать словесный эквивалент. Способность дать приемлемую реакцию. Субъективные семантические пространства.

Тема 6. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №3 в Приложении.

Тема 7. Массовая коммуникация.

Понятие массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Психология слухов и сплетен. Природа сплетен. Штампы в СМИ. Мифологические штампы в средствах массовой коммуникации.

Тема 8. Межличностная коммуникация.

Специфика межличностной коммуникации. Неотвратимость и неизбежность, непосредственная обратная связь. Барьеры: психологические, лингвистические, культурные и социальные, физиологические. Теория социального обмена. Теория символического взаимодействия. Теория социального проникновения. Теория ожидаемых нарушений. Факторы понимания в процессе коммуникации. Формирование первого впечатления.

Тема 9. Коммуникация в малых группах, коммуникация в организациях.

Специфика коммуникации в малых группах. Централизованные и децентрализованные коммуникативные сети. Социально-психологический климат группы. Групповая сплочённость. Лидерство. Использование специфических речевых единиц. Языковые игры. Специфика коммуникации в организациях. Виды коммуникации в организациях.

Тема 10. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №3 в Приложении.

Планы практических занятий

Тема 1. Коммуникация как наука и предмет изучения.. Цели коммуникации. Соотношение терминов «коммуникация» и «общение»..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Информация как основа коммуникативного процесса.. Информация как информационный ресурс. Основные характеристики знака. Кодирование и декодирование информации..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Виды и формы коммуникации.. Составляющие успешной речевой коммуникации. Вопросы в коммуникациях..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. Философские подходы к построению теории коммуникации. . Современные представления о коммуникации в социальных подходах. Роль контекста в коммуникации..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Когнитивные теории коммуникаций. . Проблема передачи намерения в сообщении. Выступления на шоу, презентациях, выставках..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 7. Массовая коммуникация.. Средства массовой коммуникации. Мифологические штампы в средствах массовой коммуникации..

Время - 10 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 8. Межличностная коммуникация.. Взаимовосприятие людьми друг друга в процессе межличностной коммуникации. Роль первого впечатления для формирования восприятия. .

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).
2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.
3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.
4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:

Архетиплвая модель сегментирования информационного потока.

Вербальные ресурсы.

Информатизация.

Коммуникативно-дистантные зоны.

Коммуникационные потоки.

Контент-анализ.

Латентная модель сегментирования информационного потока.

Невербальные ресурсы.

Нейролингвистическое программирование.

Неопределённая информационная среда.

Сегментирование информационного потока.

Основной и дополнительный вес новости.

Подача материалов.

Прагматический шум.
Престижный эффект коммуникации.
Приоритетные поставки информации.
Пропагандистский анализ.
Психологические эффекты коммуникационных процессов.
Специализированная аудитория в коммуникации.
Теория переговоров.
Утилитарный эффект коммуникации.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	
6	
7	
8	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	

3	
4	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Леонов, Н. И. Психология общения : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. И. Леонов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10454-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541184

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938

3. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2 -е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09111-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537946

б) дополнительная литература:

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 288 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16159-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541809

2. Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17889-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536717

3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/538368

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Маркетинговых исследований», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» входит в профессиональный модуль «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков планирования системы маркетинговых коммуникаций и разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об особенностях стратегического и тактического планирования в рекламной деятельности. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/03.5, D/04.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/03.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/03.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5, вид деятельности: разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:
- методики рекламного планирования;
- инструменты рекламного планирования;
- систему маркетинговых коммуникаций;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- принципы выбора каналов коммуникации;
- аудиторию различных средств рекламы;
- отраслевую терминологию;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;
- принципы стратегического и оперативного планирования РК;
- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;
- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;
- принципы функционирования современных социальных медиа;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.

Уметь:
- определять ключевые цели рекламной кампании;
- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК;
- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения;
- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
- определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки;
- определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач;
- определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории);
- определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать современные приёмы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.

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

Знать:
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;
- логику и структуру плана рекламной кампании;
- логику и структуру медиаплана;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.

Уметь:
- составлять полнофункциональные брифы на РК с учётом результатов анализа рынка и конкурентной среды;
- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;
- создавать план РК с учётом поставленных целей и задач;
- осуществлять медиапланирование;
- определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета;
- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;
- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;
- использовать приёмы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении рекламных мероприятий.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (99 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	99
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	92
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	36
Практические занятия (Пр)	36
Курсовое проектирование (КРП)	2
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	16
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	7
Внеаудиторная самостоятельная работа	
выполнение (письменных) творческих работ	7

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования.									
1.	Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования.	10	10	6	4				
2.	Бюджет рекламной и коммуникационной кампании. Медиапланирование.	18	16	10	6			2	
Стратегический бриф.									
3.	Структура создания стратегического брифа.	20	18	10	8			2	
4.	Этапы создания стратегического брифа.	20	20	6	14				
5.	Создание стратегического брифа.	8	8	4	4				
Курсовой проект									
6.	Курсовой проект.	18	18						
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
7.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа)	5	2			0,3	1,7	3	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования.

Анализ и уточнение бизнес-стратегии заказчика. Виды бизнес-стратегий. Цели и задачи бизнес-стратегий. Этапы разработки стратегии. Анализ/разработка и корректировка маркетинговой стратегии заказчика. Коммуникационная стратегия кампании. Цели и задачи коммуникационной стратегии. Виды коммуникационных стратегий.

Тема 2. Бюджет рекламной и коммуникационной кампании. Медиапланирование.

Бюджет рекламной и коммуникационной кампании. Подходы к распределению рекламного бюджета. Медиапланирование, структура медиаплана. Основные показатели в медиапланировании. Оценка эффективности рекламной и коммуникационной кампании. Виды эффективности рекламной кампании. Виды эффективности коммуникационной кампании.

Тема 3. Структура создания стратегического брифа.

Перевод бизнес и маркетинговых целей заказчика в коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании. Определение и создание целей рекламной/коммуникационной кампании. Создание портрета целевой аудитории. Определение позиционирования товара/услуги и поиск инсайта целевой аудитории. Основное обещание бренда/рекламодателя конечному потребителю. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика. Критерии выбора каналов распространения рекламы. Выбор средств рекламы в зависимости от целей рекламной коммуникации. Особенности медиа-воздействия.

Тема 4. Этапы создания стратегического брифа.

Основное обращение к целевой аудитории рекламной/коммуникационной кампании. Основные способы поиска рекламной идеи. Мозговой штурм (брейнсторминг). Обратный мозговой

штурм. Использование соцсетей и онлайн-ресурсов. Обоснование и выбор каналов коммуникации. Каналы коммуникации и их особенности. Экономическая составляющая эффективности рекламы. Коммуникативная составляющая эффективности рекламы. Стратегический бренд-менеджмент. Развитие брендов в глобальной сети.

Тема 5. Создание стратегического брифа.

Бюджетирование рекламной/коммуникационной кампании. Определение целей рекламы. Описание целевой аудитории. Методы формирования рекламного бюджета. Определение основных показателей эффективности рекламной/коммуникационной кампании и этапов её мониторинга. Бриф для разработки сайта. Бриф для рекламной кампании. Онлайн сервисы для создания стратегического брифа.

Тема 6. Курсовой проект.

Примерные темы:

1. Маркетинговые стратегии для нового продукта. 2. Коммуникационная кампания для сезонного продукта. 3. Коммуникационная кампания для нового продукта. 4. Определение и сегментация целевой аудитории. 5. Система брифов стратегического планирования. 6. Позиционирование и потребительский инсайт. 7. Бюджет коммуникационной кампании: структура и основные параметры. 8. Основные метрики эффективности рекламной кампании. 9. Структура медиаплана и его основные показатели. 10. Активационный план коммуникационной стратегии. 11. Медиа стратегия предприятия. 12. Разработка и внедрение стратегического плана рекламы. 13. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальной сети Telegram. 14. Проектирование и создание интегрированной маркетинговой коммуникации для малого бизнеса. 15. Оценка и сравнение эффективности разных медийных каналов для выбранной целевой аудитории. 16. Исследование влияния немедийных каналов на потребительское поведение в определённой отрасли. 17. Проектирование и оценка бюджета рекламной кампании. 18. Аудит и анализ конкурентоспособности предприятия на выбранном рынке. 19. Разработка и исполнение тактического плана рекламы для сезонного продукта или услуги. 20. Рекламная идея и методы её поиска на примере конкретного рынка. 21. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании в социальной сети ВКонтакте. 22. Анализ и оптимизация существующей рекламной кампании на блог-платформе Дзен. 23. Место рекламы в бизнес-стратегии организации. 24. Специфика маркетинговой стратегии для организации в сфере фастфуда. 25. Специфика маркетинговой стратегии для организации в сфере стритфуда. 26. Специфика маркетинговой стратегии для образовательной организации. 27. Специфика маркетинговой стратегии для организации, проводящей квесты. 28. Специфика маркетинговой стратегии для организации, проводящей детские праздники. 29. Специфика маркетинговой стратегии для фотостудии. 30. Специфика маркетинговой стратегии для маникюрного салона. 31. Специфика маркетинговой стратегии для салона красоты. 32. Специфика маркетинговой стратегии для сети цветочных магазинов. 33. Методики проведения сегментации потребителей. 34. Особенности разработки презентации стратегии. 35. Особенности разработки обзорной карты стратегии. 36. Коммуникационная кампания для новой услуги. 37. Коммуникационная кампания для сезонной услуги. 38. Исследование влияния медийных каналов на потребительское поведение в определённой отрасли. 39. Маркетинговые стратегии для новой услуги. 40. Составление портрета потребителя на примере конкретного рынка.

Тема 7. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа)

См. файл №2 в Приложении.

Планы практических занятий

Тема 1. Логика и ключевые этапы процесса стратегического планирования.. Анализ и корректировка маркетинговой стратегии предприятия. Создание коммуникационной стратегии предприятия..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Бюджет рекламной и коммуникационной кампании. Медиапланирование.. Методы формирования рекламного бюджета. Основные статьи рекламного бюджета. Этапы медиапланирования..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Структура создания стратегического брифа.. Разработка рекламной/коммуникационной кампании заказчика. Критерии выбора каналов распространения рекламы. Выбор средств рекламы в зависимости от целей рекламной коммуникации. Особенности медиа-воздействия..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. Этапы создания стратегического брифа.. Экономическая составляющая эффективности рекламы. Коммуникативная составляющая эффективности рекламы. Оценка эффективности носителей рекламы. Стратегический бренд-менеджмент. Развитие брендов в глобальной сети. Способы поиска рекламной идеи. Обоснование и выбор каналов коммуникации..

Время - 14 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Создание стратегического брифа.. Основное обращение к целевой аудитории. (key message). Создание стратегического брифа..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Антиреклама.
Аутсорсинг.
Бренд.
Брендинг.
Бизнес-план.
Вирусный маркетинг.
График размещения рекламы.
Двухступенчатый информационный поток.
Имидж.
Инвестор.
Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК).
Информационные PR-агентства.
Канал коммуникации.
Коммуникатор.
Коммуникация.
Мерчандайзинг.
Модель 4P.
Модель 7P.
Паблисити.
Позиционирование товара.
Стимулирование сбыта.
Фирменный стиль.
PESTEL-анализ.
SWOT-анализ.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	

6	
7	
8	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 521 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18934-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555115

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561056

3. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541760

б) дополнительная литература:

1. Основы экономической теории : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. А. Толкачев [и др.] ; под редакцией С. А. Толкачева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 577 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19004-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555721

2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545088

3. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 533 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16845-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544963

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» входит в профессиональный модуль «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА (приказ Минобрнауки России от 21.07.2023 г. № 552).

Цель курса «Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, анализа целевой аудитории и конкурентной среды, сегментирования рынка для решения различных задач, связанных с процессом разработки рекламных кампаний, постановки целей и задач, являющимися неотъемлемой частью разработки и проведения рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта, знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к такому виду деятельности, как проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, а также осуществлению профессиональной деятельности в области 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ в соответствии с профессиональным стандартом 06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению таких обобщённых трудовых функций, как: реализация стратегии поискового продвижения, контекстно-медийной стратегии, медийной стратегии, стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также трудовых функций, трудовых действий, определённых данным профессиональным стандартом.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:
Систему маркетинговых коммуникаций;
инструменты маркетинговых коммуникаций;
методику стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
виды стратегий: бизнес-стратегию, маркетинговую стратегию, коммуникационную стратегию, медиа стратегию;
способы и приёмы коммуникации с заказчиком в процессе брифования;
систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
логику и структуру плана активации коммуникационной стратегии;
логику и структуру медиаплана;
методы и способы поиска рекламной идеи;
методы и способы бюджетирования, и способы оценки эффективности рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
профессиональный глоссарий.

Уметь:
Определять бизнес-цели заказчика, маркетинговые цели заказчика, коммуникационные цели рекламной/коммуникационной кампании.
Определять и формулировать цели рекламной/коммуникационной кампании.
Определять и формулировать задачи рекламной/коммуникационной кампании.
Составлять активационный план коммуникационной стратегии, бюджет и медиаплан рекламной/коммуникационной кампании.
Составлять брифы, необходимые для стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.
Оценивать современное состояние рекламной отрасли в части организационных процессов.
Предлагать и разрабатывать идеи мероприятий и акций согласно ТЗ.
Определять набор действий, необходимый на каждом этапе подготовки и реализации рекламной или коммуникационной кампании.

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

Знать:
Комплекс инструментов для продвижения товаров и услуг.
Методы разработки рекламных и коммуникационных стратегий.
Виды стратегий: бизнес-стратегия, маркетинговая стратегия, коммуникационная стратегия, медиа стратегия.
Способы взаимодействия с заказчиком в процессе подготовки брифа.
Систему брифов в стратегическом и тактическом планировании рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
Структуру и логику плана активации коммуникационной стратегии.
Виды форматов предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Уметь:
Анализировать и интерпретировать данные о результатах рекламных и коммуникационных кампаний.
Формулировать выводы и рекомендации на основе проведённого анализа.
Представлять результаты в виде отчётов, презентаций или других документов в соответствии с установленными форматами.
Использовать специализированные инструменты и программы для визуализации данных и создания презентаций.
Адаптировать формат представления информации в зависимости от целевой аудитории и целей коммуникации.
Подготавливать и структурировать информацию о бюджете, сроках, ключевых показателях эффективности (KPI) и достигнутых результатах.
Аргументировать принятые решения и предложенные стратегии, опираясь на данные и аналитику.
Демонстрировать понимание взаимосвязи между стратегическими и тактическими целями кампаний и их результатами.
Оценивать эффективность проведённых мероприятий и акций.
Оформлять результаты в соответствии с требованиями корпоративных стандартов и регламентов.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (99 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	99
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	92
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	36
Практические занятия (Пр)	54
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	7
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Базовые форматы отчетности									
1.	Структура классического медиаплана	10	10	8	2				
2.	Требования к содержанию брифа	10	10	4	6				
3.	Стандарты оформления презентаций	14	14	6	8				
Визуализация результатов стратегического и тактического планирования									
4.	Дашборды и панели мониторинга	10	10	4	6				
5.	Графики и диаграммы эффективности	14	14	6	8				
Специальные форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий									
6.	Форматы для BTL-активностей	12	12	2	10				
7.	Особенности PR-отчётности	8	8	2	6				
8.	Отчётность по digital-кампаниям	12	12	4	8				
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа)									
9.		9	2			0,3	1,7	7	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Структура классического медиаплана

Медиаплан. Календарный план-график. Виды медиапланов: годовой, события-даты-сезоны, рекламной кампании, итоговый КПГ рекламных кампаний. КПГ для радио, КПГ для ТВ, КПГ для щитов. Структура каждого вида медиаплана. Бюджет рекламной кампании. Цели и задачи. Анализ целевой аудитории. Выбор рекламных каналов. Медиаграфик. Детализированное распределение финансовых средств по каналам, форматам и периодам размещения. KPI и метрики эффективности. Содержание таблиц. Инструменты для составления: готовые шаблоны, специальные программы для медиапланирования.

Тема 2. Требования к содержанию брифа

Цели и задачи проекта. Целевая аудитория и её характеристики. Ключевые требования к проекту. Правила оформления брифа. Критерии оценки. Бюджет и сроки выполнения. Этапы работы. Роль и предпочтения заказчика. Коммуникация (каналы взаимодействия заказчика и исполнителя). Данные для анализа конкурентов. Концепция брифа. Риски и меры по их минимизации.

Тема 3. Стандарты оформления презентаций

Размер шрифта. Межстрочный интервал. Цветовая гамма. Качество и размещение изображений. Стандарты ГОСТ. Компоновка графиков и диаграмм. Использование анимации и переходов между слайдами. Стиль изложения. Оформление графической информации, таблиц и формул. Инфографика в презентациях.

Тема 4. Дашборды и панели мониторинга

Инструменты для организации, визуализации, анализа и отслеживания данных. Понятие дашбордов и их типы: стратегические, операционные, аналитические. Сферы использования дашборда. Структура и методика создания дашборда. Панели мониторинга, их цели, примеры использования.

Тема 5. Графики и диаграммы эффективности

Иструменты для визуализации данных, которые помогают анализировать и представлять информацию, связанную с эффективностью. Понятие и виды графиков и диаграмм: линейные

графики, столбчатые диаграммы, диаграммы-области, комбинированные графики. Требования к эффективной визуализации. Виды инструментов для визуализации охватов и вовлечённости.

Тема 6. Форматы для BTL-активностей

Основные форматы BTL-активностей: промоакции, дегустации и тест-драйвы, сэмплинг,event-маркетинг, мерчендайзинг, интерактивные форматы - игры, квесты, розыгрыши. Статистические отчеты. Фотографии и видеоотчёты. Отчёты с метриками эффективности. Шаблоны отчетов.

Тема 7. Особенности PR-отчётности

Документирование работы PR-специалиста, представление результатов кампаний. Элементы структуры PR-отчёта: резюме, цели и задачи кампании, описание выполненных работ, анализ публикаций, выводы и рекомендации, приложения. Ежемесячные, квартальные, годовые отчеты. Отчеты о кампаниях. Кризисные отчеты.

Тема 8. Отчётность по digital-кампаниям

Определение и цели digital-кампаний. Обзор основных инструментов и платформ (социальные сети, email-маркетинг, SEO, контент-маркетинг и др.). Значение digital-кампаний в современном маркетинге. Инструменты, которые позволяют анализировать эффективность маркетинговых активностей, контролировать бюджет и принимать стратегические решения. Виды отчётов по digital-кампаниям: резюмирующие (итоговые), оперативные, по посещаемости, по эффективности маркетинговой кампании.

Тема 9.

Вопросы к ОКР: 1. Назовите отличия годового медиалана от медиаплана «события-даты-сезоны». 2. Раскройте практическое значение детализированного распределения финансовых средств по рекламным каналам. 3. Охарактеризуйте содержание стратегического брифа. 4. В каких ситуациях применяется анкетный бриф? 5. Поясните цель использования инфографики в презентациях. 6. Какие негативные последствия может иметь некорректная анимация в прещентации? 7. В чем заключается отличие оперативного и стратегического дашборда? 8. Раскройте практическое значение панели мониторинга. 9. Назовите требования к эффективной визуализации данных. 10. Охарактеризуйте отчеты с метриками эффективности. 12. Приведите примеры отчетов по BTL-активностям. 13. Охарактеризуйте документирование работы PR-специалиста. 14. Назовите инструменты, которые позволяют анализировать эффективность маркетинговых активностей, контролировать бюджет и принимать стратегические решения. 15. Поясните цель использования резюмирующих (итоговых) отчетов по digital-кампаниям.

Планы практических занятий

Тема 1. Структура классического медиаплана. Структура классического медиаплана.
Время - 2 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Требования к содержанию брифа. Содержание стратегического брифа.
Анкетный стратегический бриф.
Обобщенный стратегический бриф.
.
Время - 6 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Стандарты оформления презентаций. Цели презентаций.
Виды презентаций.
Правила составления презентаций.
Инфографика в презентациях..
Время - 8 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. Дашборды и панели мониторинга. Сферы использования дашборда. Создание дашборда.
Сравнение инструментов визуализации данных..
Время - 6 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Графики и диаграммы эффективности. Виды графиков и диаграмм.
Инструменты для построения графиков и диаграмм.
Методология создания эффективной визуализации.
инструментов для визуализации охватов и вовлечённости.
.
Время - 8 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 6. Форматы для BTL-активностей. Отчёт о промоакции.
Отчёт по результатам дегустации или тест-драйва.
Отчёт об event-маркетинговом мероприятии.
Онлайн-ресурсы с шаблонами маркетинговых отчётов.
Специализированные системы управления BTL-проектами. .
Время - 10 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 7. Особенности PR-отчётности. Документирование работы PR-специалиста.
Элементы структуры PR-отчёта.
Ежемесячные, квартальные, годовые PR-отчеты.
.
Время - 6 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

Тема 8. Отчётность по digital-кампаниям. Итоговые отчеты по digital-кампаниям.
Оперативные отчеты по digital-кампаниям.
Отчеты по посещаемости digital-кампаний.
Отчеты по эффективности digital-кампаний.

.
Время - 8 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Методические указания разработаны для оказания методической помощи студентам при выполнении ими заданий внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и

коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Самостоятельная работа обучающихся – это планируемая учебная, учебно-исследовательская работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя.

Целью самостоятельной работы обучающихся является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Результаты самостоятельной работы студентов оцениваются в ходе текущего контроля и учитываются в ходе промежуточной аттестации студентов по изучаемой дисциплине (МДК).

Общие указания обучающемуся по выполнению заданий внеаудиторной самостоятельной работы:

1. Внимательно прочитайте указания преподавателя по выполнению задания самостоятельной работы.

2. Ознакомьтесь со списком литературы и источников по заданной теме самостоятельной работы.

3. Повторите весь теоретический материал по конспектам и другим источникам, относящийся к теме самостоятельной работы, ответьте на контрольные вопросы по изученному материалу.

4. Подготовьте все необходимое для выполнения задания, рационально организуйте рабочее место.

5. Продумайте ход выполнения работы.

6. Если ваша работа связана с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), проверьте наличие и работоспособность программного обеспечения, необходимого для выполнения задания.

7. Если при выполнении самостоятельной работы применяется групповое или коллективное выполнение задания, старайтесь поддерживать в коллективе нормальный психологический климат, грамотно распределить роли и обязанности. Вместе проводите анализ организации и промежуточные результаты самостоятельной работы микрогруппы.

8. В процессе выполнения самостоятельной работы обращайтесь за консультациями к преподавателю, чтобы вовремя скорректировать свою деятельность, проверить правильность выполнения задания.

9. Сдайте готовую работу преподавателю для проверки точно в срок.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:

Стратегическое планирование.

Тактическое планирование.

Рекламная кампания.

Коммуникационная кампания.

Акция.

Мероприятие.

Целевая аудитория .

Коммуникационные каналы.

KPI (ключевые показатели эффективности).

Отчётность.

Медиаплан.

Бюджет кампании.
Медиамикс.
Мониторинг и аналитика.
Формат презентации.
SWOT-анализ.
Маркетинговые коммуникации.
Проблемы целевой аудитории.
Визуализация данных.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	
6	
7	
8	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	

3	
4	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

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

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938

3. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09247-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541078

б) дополнительная литература:

1. Шимко, П. Д. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Д. Шимко. — 5-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18815-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/551726

2. Основы экономической теории : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. А. Толкачев [и др.] ; под редакцией С. А. Толкачева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 577 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19004-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555721

3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545088

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://www.sostav.ru/ Новости рекламы и маркетинга
https://adindex.ru/ Новости рекламы и маркетинга
https://adpass.ru/ Контент-портал, посвященный маркетингу и рекламе

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

- для практических занятий:

кабинет «Маркетинговых исследований», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Ткачук Ольга Владимировна

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Стратегии продвижения бренда в сети Интернет

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Стратегии продвижения бренда в сети Интернет» входит в профессиональный модуль «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет

средствами цифровых коммуникационных технологий» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Стратегии продвижения бренда в сети Интернет» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет, выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет, постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет, подбора и использования оффера. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/03.5, D/04.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/03.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/03.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/03.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5., вид деятельности: продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

- ***Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. (ПК 3.1.)***

Знать:

- типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
- способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

Уметь:

- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.

- ***Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. (ПК 3.2.)***

Знать:
- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;
- структуру брифа и требования к нему.

Уметь:
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирования сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК.

- Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. (ПК 3.3.)

Знать:
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

Уметь:
- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
- определять эффективные офферы;
- создавать оригинальные и стильные логотипы;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учётом пожеланий и профиля заказчика;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать современные приёмы и технологии проведения и управления презентациями;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (63 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	63
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	56
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	22
Практические занятия (Пр)	30
Часы на контрольные работы (КоР)	0,6
Текущие консультации (ТКонс)	3,4
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	7
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в Интернете.									
1.	Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в Интернете.	14	14	6	8				
2.	Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.	18	14	8	6			4	
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
3.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2			0,3	1,7	2	
SEO. РСЯ. Email-маркетинг. SMM.									
4.	Составление отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в Интернете.	8	8	2	6				
5.	SEO. РСЯ. Email-маркетинг. SMM.	16	16	6	10				
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
6.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	3	2			0,3	1,7	1	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в Интернете.

Поиск ключевых слов, отражающих потребность целевой аудитории. Определение целей и аудитории. Сбор семантического ядра. Анализ ключевых слов. Выбор финального списка. Интеграция ключевых слов в контент. Инструменты для поиска ключевых слов. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта требованиям поисковых фраз. Внесение изменений во внутреннюю структуру ресурса. Проверка и улучшение юзабилити ресурса. Оптимизация изображений. Проверка оптимизации сайта, повышение релевантности. Внутренняя перелинковка на сайте. Оптимизация SEO для повышения популярности сайта в Интернете. Оптимизация технической части сайта. Корректная индексация сайта. Оптимизация сниппета.

Тема 2. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.

Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда. Статистика по предыдущим кампаниям. Данные из рекламных кабинетов. Прогнозы сезонности спроса. Размещение контекстно-медийных объявлений в сети Интернет. Сайты-партнёры контекстно-медийной сети. Страница поисковой выдачи. Видеохостинги. Форматы контекстно-медийных объявлений. Проведение аналитической справки конкурентов для реализации стратегии продвижения. Разработка инструментов коммуникации в социальных сетях. Расчёт стоимости перехода клиента. Формирование KPI.

Тема 3. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №3 в Приложении.

Тема 4. Составление отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в Интернете.

Составление отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в Интернете. Типы отчётов. Разделы отчёта. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в Интернете. Работа с текстами и изображениями в одном месте. Генерация развёрнутых ответов.

Тема 5. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. SMM.

SEO. РСЯ. Email-маркетинг. Проведение работ по реализации стратегии продвижения в Интернете. Классификация рекламы. SMM. Каналы распространения email-рассылки. Согласование показателей эффективности и бюджета продвижения с заказчиком. Создание тематического сообщества. Наполнение контентом. Определение влияния таргетированной рекламы на целевую аудиторию. Проведение анализа эффективности применения email-маркетинга. Сбор базы подписчиков для email-маркетинга.

Тема 6. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №3 в Приложении.

Планы практических занятий

Тема 1. Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в Интернете.. Создание и размещение рекламных объявлений в социальных сетях. Разработка концепции стратегии для поисковых систем. Разработка стратегии проведения рекламной кампании в социальных сетях. Настройка таргетированной и контекстной рекламы для привлечения пользователей в сообщество. Кнопка Вступить..

Время - 8 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Составление контекстно-медийного плана продвижения личного бренда.. Сделать сегмент ЦА (отдельно для мужчин, отдельно для женщин). Подключить к сайту Яндекс.Метрику. Разработать концепцию продвижения личного бренда. Расчёт стоимости перехода клиента. Формирование KPI..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. Составление отчётов по реализации стратегии поискового продвижения в интернете. Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов по контекстно-медийной стратегии продвижения в Интернете.. Создать контент-стратегию для личного бренда. Провести исследование системы веб-аналитики. Выявить более качественный инструмент в развитии сайта и онлайн-продвижения..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

Тема 5. SEO. РСЯ. Email-маркетинг. SMM. . Проследить аналитику в контекстной рекламе «Яндекс». Создать тематическое сообщество. Наполнить контентом. Определить влияние таргетированной рекламы на целевую аудиторию. Проведение анализа эффективности применения email-маркетинга. Собрать базу подписчиков для email-маркетинга..

Время - 10 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).
2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.
3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.
4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:

Баннерная реклама.
Большие данные.
Бот / интернет-бот.
Видеоконтент.
Вирусное видео.
Геймификация.
Инфлюенс-маркетинг.
Контекстная реклама.
Контент.
Крауд-маркетинг.
Лонгрид.
Маркетплейс.
Нативная реклама.
Оптимизация.
Приложение.
Продающий сайт.
Стратегия.
Стратегии продвижения.
Электронная коммерция.
Эффективность рекламы.
Dark web.
ICO.
KPI.
Mid-roll .
Post-roll.
Pre-roll.
SEO.

SERM.
Wobot.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
7	
8	
9	
10	
11	
12	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

Задания для оценки умений.

№	Задания

1	
2	
3	
4	
5	
6	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

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

2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545453

3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938

б) дополнительная литература:

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543698

2. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545455

3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545088

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

- для практических занятий:

кабинет «Маркетинговых исследований», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях» входит в профессиональный модуль «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков разработки рекламной кампании в сети Интернет, понимания структуры и базовых принципов рекламного сообщения, реализации рекламной кампании в сети Интернет.

В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/03.5, D/04.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/03.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/03.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/03.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5., вид деятельности: продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

- Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. (ПК 3.1.)

Знать:

- типы рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
- способы разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

Уметь:

- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.

- Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. (ПК 3.2.)

Знать:
- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;
- структуру брифа и требования к нему.

Уметь:
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирования сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК.

- Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. (ПК 3.3.)

Знать:
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

Уметь:
- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
- определять эффективные офферы;
- создавать оригинальные и стильные логотипы;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учётом пожеланий и профиля заказчика;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать современные приёмы и технологии проведения и управления презентациями;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (63 час.).

Вид учебной работы	**Объём часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	63
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	50
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	16
Практические занятия (Пр)	30
Часы на контрольные работы (КоР)	0,6
Текущие консультации (ТКонс)	3,4
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	13
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.									
1.	Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа.	32	22	8	14			10	
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
2.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2			0,3	1,7	2	
Управление реализацией стратегии Интернет-продвижения.									
3.	Управление реализацией стратегии Интернет-продвижения.	24	24	8	16				
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
4.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	3	2			0,3	1,7	1	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа.

Web Analytics – аналитика ключевых показателей эффективности в цифровой среде. Принципы и практики реализации контекстной рекламы. Подготовительная работа для продвижения в социальных медиа сети Интернет. Основные сервисы и программы, помогающие в работе над оптимизацией сайта. Преимущества и недостатки отдельных форматов медийной рекламы; цели использования рекламодателями. Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга. Алгоритмы и результаты поискового продвижения. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. Критерии оценки выбора основных инструментов рекламы в Интернете при их внедрении. Разработка контентной составляющей для личного бренда. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет. Выбор цели для настройки. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы. Анализ внешней и внутренней оптимизации.

Тема 2. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №3 в Приложении.

Тема 3. Управление реализацией стратегии Интернет-продвижения.

Технологии привлечения посетителей на сайт. Области и стратегии применения цифрового маркетинга. Этапы осуществления кампаний. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний. Email- и вирусный маркетинг. Инструменты и методы цифрового маркетинга. Поведенческий таргетинг, матрица потребности. Оптимизация meta-информации страницы. Составление продающей цепочки для чат-бота. Визуальное оформление контента для личного бренда. Разработка концепции и плана проведения рекламной и/или PR компании. Позиционирование бренда. Бренд-платформа. Алгоритмы поисковых систем и социальных сетей. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа. Анализ трафика веб-сайта.

Тема 4. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №3 в Приложении.

Планы практических занятий

Тема 1. Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа.. Использование методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет. Создание email-рассылок: поведенческие, коммерческие, тестовые, технические и ссылочные. Критерии оценки выбора основных инструментов рекламы в Интернете при их внедрении. Разработка контентной составляющей для личного бренда. Стоимость одного подписчика. Конверсия сайта через таргет. Выбор цели для настройки. Создание тестового режима a/b тестирования. Создание креативов для рекламы. Проанализировать внешнюю и внутреннюю оптимизации..

Время - 14 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Управление реализацией стратегии Интернет-продвижения.. Оптимизация meta-информации страницы. Составить продающую цепочку для чат-бота. Визуальное оформление контента для личного бренда. Разработать концепцию и план проведения рекламной и/или PR компании. Позиционирование бренда. Бренд-платформа. Алгоритмы поисковых систем и социальных сетей. Проведение рекламных кампаний в социальных медиа. Анализ трафика веб-сайта..

Время - 16 час.

Основные вопросы:

См. файл №2 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:

База данных.

Браузер.
Виртуальная реальность.
Геймификация.
Гиперссылка.
Гипертекст.
Данные.
Интеграция.
Интерактивный режим.
Интернет.
Интернет-технологии.
Интерфейс.
Интерфейс пользователя.
Информационная культура.
Информационные технологии.
Информация.
Искусственный интеллект.
Лидогенератор.
Листинг.
Мессенджер.
Модель.
Оптимизация.
Прикладное программное обеспечение.
Прикладное программное средство (ППС).
Провайдер.
Программно-методический комплекс.
Протокол передачи файлов (FTP).
Рекламная кампания.
Рекламное сообщение.
Интернет-ресурсы.
Сайт.
Сервер.
Сеть (компьютерная).
Слоган.
Служба поиска.
Списки рассылки.
Средства информационных технологий.
Телекоммуникации.
Телеконференции.
Удалённый доступ.
Чат-бот.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
7	
8	

9	
10	
11	
12	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

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

2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545458

3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938

б) дополнительная литература:

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543698

2. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545455

3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545088

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

- для практических занятий:

кабинет «Маркетинговых исследований», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Разработка творческих рекламных решений

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Разработка творческих рекламных решений» входит в профессиональный модуль «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Разработка творческих рекламных решений» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков поиска и подбора оригинального нейма и слогана, определения оригинальной идеи для рекламной кампании. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/03.5, D/04.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/03.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/03.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/03.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5., вид деятельности: создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.

Уметь:

- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;
- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.

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

Знать:
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.

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

Знать:
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- технические средства создания визуального контента;
- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

Уметь:
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирования сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
- создавать графические материалы рекламного характера;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;
- использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (63 час.).

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	63
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	60
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	16
Практические занятия (Пр)	24
Курсовое проектирование (КРП)	2
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	16
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	3
Внеаудиторная самостоятельная работа	
выполнение (письменных) творческих работ	3

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Разработка творческой концепции рекламного продукта.									
1.	Рекламная идея. Креатив в рекламе.	12	12	6	6				
2.	Разработка различных видов рекламы.	20	20	6	14				
Рекламный текст.									
3.	Рекламный текст.	9	8	4	4			1	
Курсовой проект.									
4.	Курсовой проект.	18	18						
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
5.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2			0,3	1,7	2	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Рекламная идея. Креатив в рекламе.

Рекламный продукт: сущность понятия, разновидности, технологические и творческие аспекты. Рекламная идея. Креатив в рекламе. Мифодизайн рекламы. Потребности, мотивы, интересы потребителя рекламы. Принятие решения потребителем. Существующие теории рекламы. Создание творческой идеи. Оценка рекламных идей в соответствии с заданными критериями.

Тема 2. Разработка различных видов рекламы.

Сувенирная продукция. Этапы проектирования эксклюзивного выставочного стенда. Создание наружной рекламы. Проектирование транзитной рекламы. Рациональная и эмоциональная реклама. Разработка названия товара. Разработка легенды бренда. Мифодизайн рекламы. Выбор вида сувенирной продукции для компании в зависимости от целей, задач и бюджета рекламной кампании. Разработка комплекса транзитной рекламы.

Тема 3. Рекламный текст.

Рекламный текст печатной продукции. Копирайтинг. Рекламный слоган. Анализ рекламных текстов в российских печатных изданиях. Разработка слогана. Создание рекламных текстов. Изучение лучших образцов рекламы из отечественного и зарубежного опыта.

Тема 4. Курсовой проект.

1. Соцсеть ВКонтакте как эффективный канал распространения рекламы; 2. Особенности рекламы в YouTube; 3. Место плакатов социальной рекламы в формировании здорового образа жизни; 4. Типы ошибок и нежелательных ассоциаций в рекламе на примере опыта отечественной рекламы; 5. Специфика рекламы в Telegram; 6. Анализ УТП в рекламных сообщениях на примере отечественного опыта; 7. Особенности применения рационального и эмоционального типов рекламы; 8. Специфика спонсорства в проведении спортивной рекламной кампании; 9. Роль дизайна рекламы в соцсетях; 10. Особенности рекламы в ТРЦ г. Москвы; 11. Фирменный стиль и его роль в формировании имиджа компании; 12. Креатив в печатной рекламе на примере листовок; 13. Особенности создания наружной рекламы на примере г. Москвы; 14. Особенности разработки сувенирной продукции как элемента фирменного стиля; 15. Особенности определения целевой аудитории на примере отечественной рекламы; 16. Рекламный слоган в российской рекламе; 17. Теоретические основы разработки фирменного стиля; 18. Реклама у лидеров мнений на примере отечественной блогосферы; 19. Реклама на наземном транспорте г. Москвы; 20. Особенности разработки дизайна и оформления концертных афиш; 21. Особенности разработки рекламы, рассчитанной на школьников; 22. Использование стратегий партизанского маркетинга в сфере услуг мани-кюра; 23. Место тизерной рекламы в продвижении продукта; 24. Особенности разработки рекламы, рассчитанной на женскую аудиторию; 25. Реклама в московском метрополитене; 26. Реклама на радиостанциях г. Москвы; 27. Специфика рекламных объявлений фитнес-клубов; 28. Роль айдентики на примере сети кофеен; 29. Особенности рекламы музеев г. Москвы; 30. Трейлер как значимый элемент промоушена в кинематографе.

Тема 5. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №2 в Приложении.

Планы практических занятий

Тема 1. Рекламная идея. Креатив в рекламе.

. Существующие теории рекламы. Создание творческой идеи. Оценка рекламных идей в соответствии с заданными критериям.

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Разработка различных видов рекламы.. Рациональная и эмоциональная реклама. Разработка названия товара. Разработка легенды бренда. Мифодизайн рекламы. Выбор вида сувенирной продукции для компании в зависимости от целей, задач и бюджета рекламной кампании. Разработка комплекса транзитной рекламы..

Время - 14 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Рекламный текст.. Разработка слогана. Создание рекламных текстов..
Время - 4 час.
Основные вопросы:
См. файл №1 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).
2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.
3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.
4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Активность личности.
Быстрая продажа.
Гаджет.
Групповое (корпоративное) чувство.
Долгосрочный имидж бренда.
Имидж бренда.
Имитация.
Конкурент.
Креативность.
Легенда бренда.
Масс-маркет.
Методы активного обучения.
Метод анализа конкретных ситуаций.
Метод групповой дискуссии в тренинге.
Метод «интеллектуальной разминки».
Метод «круглого стола».
Метод «мозгового штурма» («мозговой атаки»).
Метод «фокальных объектов».
Мягкая продажа.

Невербальный знак.
Позиционирование.
Рациональная составляющая рекламы.
Репозиционирование.
Рилс в Telegram.
Социальные сети.
Тренинг.
Эмоциональная составляющая рекламы

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
7	
8	
9	
10	
11	
12	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	

6	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530298

2. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542333

3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938

б) дополнительная литература:

1. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18773-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545519

2. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517147

3. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515812

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)
http://smallbay.ru/ Виртуальный художественно-исторический музей

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

- для практических занятий:

кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки» входит в профессиональный модуль «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учётом инсайта для РК, оформления текстовых и графических документов, оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических, создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учётом, поставленных задач в области рекламы. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/03.5, D/04.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/03.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/03.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/03.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5., вид деятельности: создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.

Уметь:
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;
- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.

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

Знать:
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.

Уметь:
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.

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

Знать:
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- технические средства создания визуального контента;
- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

Уметь:
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирования сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
- создавать графические материалы рекламного характера;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;
- использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (63 час.).

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	63
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	58
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	24
Практические занятия (Пр)	32
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	5
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Основы векторной графики. Основы растровой графики.									
1.	Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator.	8	8	4	4				
2.	Основы растровой графики. Программа Photoshop.	6	6	2	4				
Технология фотографирования.									
3.	Использование студийного оборудования, технология фотографирования.	8	8	4	4				
4.	Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	6	6	2	4				
Дизайн рекламной продукции.									
5.	Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	8	8	4	4				
6.	Производство рекламной продукции.	6	6	2	4				
7.	Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.	6	6	2	4				
8.	Создание рекламного видеоролика по своему тритменту.	11	8	4	4			3	
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
9.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2			0,3	1,7	2	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator.

Основы векторной графики: основные настройки и инструменты Adobe Illustrator, способы окрашивания, операции с объектами, (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами). Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом. Рисунок из геометрических объектов. Работа с кривыми. Создание логотипа в Adobe Illustrator. Создание рекламного плаката с использованием векторного рисунка и текста в Adobe Illustrator.

Тема 2. Основы растровой графики. Программа Photoshop.

Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. слои, работа с текстом, ретуширование и цветокоррекция. Создание многослойной монтажной композиции с использованием готовых выделенных объектов в Photoshop. Обработка фотографий, размещение объектов с учётом перспективы. Создание рекламной листовки в Photoshop.

Тема 3. Использование студийного оборудования, технология фотографирования.

Основы студийного оборудования. Типы студийного оборудования (источники света, штативы, фоны), их функции и применение. Основные принципы и этапы процесса, особенности работы со светом и тенью. Работа с различными схемами освещения (рисующий, заполняющий, контровой свет) для создания различных эффектов. Компоновка и съёмка натюрморта предметов

потребления с использованием различных схем освещения.

Тема 4. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.

Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотоссесия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.

Тема 5. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

От идеи к визуализации. Осуществление поиска рекламных идей и анализа целевой аудитории. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах. Разработка авторского рекламного проекта. Создание визуальных образов с рекламными функциями.

Тема 6. Производство рекламной продукции.

Инструменты и техники создания рекламного образа. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта. Фокус на быстром прототипировании и экспериментах с композицией. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.

Тема 7. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.

Основы сценарного мастерства и препродакшн, логлайн, синопсис, сценарий, трёхактную структуру, тритмент. Фокус на базовых понятиях и создании основы для видео. Разработка идеи и сценария. Написание логлайна и синопсиса для своего рекламного ролика. Создание сценария и раскадровки. Создание раскадровки для своего сценария, применяя принципы композиции.

Тема 8. Создание рекламного видеоролика по своему тритменту.

Визуальный язык и композиция кадра. Принципы композиции кадра, раскадровка, визуальный стиль, референсы. Фокус на визуальной составляющей рекламного ролика. Монтаж и постпродакшн: основные принципы монтажа, обзор программ для монтажа, звук, цветокоррекция. Фокус на финальных этапах создания видео. Подготовка к съёмке: тритмент и референсы. Написание тритмента, включая референсы для визуального стиля и подбор локаций/реквизита. Съёмка рекламный ролик с опорой на свой тритмент, осуществление его монтажа согласно раскадровке.

Тема 9. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

Вопросы к ОКР:

1) В чём заключаются основные отличия векторной и растровой графики?

2) Какие преимущества и недостатки имеет каждый тип графики при использовании в рекламе?

3) Приведите примеры программного обеспечения для работы с векторной и растровой графикой.

4) Опишите основные инструменты и функции Adobe Illustrator для создания и редактирования векторных объектов.

5) Как использовать слои в Photoshop для создания сложных композиций?

6) Какие инструменты Photoshop можно использовать для коррекции цвета и тона изображения?

7) В чём заключаются преимущества использования Photoshop для обработки фотографий?

8) Перечислите основные типы студийного осветительного оборудования и их функции.

9) Опишите основные схемы освещения (рисующий, заполняющий, контровой свет) и их влияние на восприятие объекта.

10) Какие факторы необходимо учитывать при компоновке и съёмке натюрморта?

11) В чём заключается специфика работы над имиджевой фотографией?

12) Опишите этапы разработки авторского рекламного проекта.

13) Как определить целевую аудиторию и её особенности для рекламной кампании?

14) Какие принципы дизайна и композиции следует учитывать при создании рекламных материалов?

15) Как использовать визуальные образы для достижения целей рекламной кампании?

16) Опишите основные этапы разработки видеорекламы.

17) Опишите значимость референсов в создании видеорекламы.

18) Какие принципы композиции кадра необходимо учитывать при съёмке видео?

19) Опишите основные принципы монтажа видео.

20) Объясните, как принципы дизайна и композиции влияют на эффективность рекламных материалов.

Планы практических занятий

Тема 1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator. . Рисунок из геометрических объектов. Работа с кривыми. Создание логотипа в Adobe Illustrator. Создание рекламного плаката с использованием векторного рисунка и текста в Adobe Illustrator..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Основы растровой графики. Программа Photoshop.. Создание многослойной монтажной композиции с использованием готовых выделенных объектов в Photoshop. Обработка фотографий, размещение объектов с учётом перспективы. Создание рекламной листовки в Photoshop..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл № в Приложении.

Тема 3. Использование студийного оборудования, технология фотографирования.. Работа с различными схемами освещения (рисующий, заполняющий, контровой свет) для создания различных эффектов. Компоновка и съёмка натюрморта предметов потребления с использованием различных схем освещения..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления. . Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.. Разработка авторского рекламного проекта. Создание визуальных образов с рекламными функциями..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 6. Производство рекламной продукции.. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта. Фокус на быстром прототипировании и экспериментах с композицией. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 7. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.. Разработка идеи и сценария. Написание логлайна и синопсиса для своего рекламного ролика. Создание сценария и раскадровки. Создание раскадровки для своего сценария, применяя принципы композиции..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 8. Создание рекламного видеоролика по своему тритменту.. Подготовка к съёмке: тритмент и референсы. Написание тритмента, включая референсы для визуального стиля и подбор локаций/реквизита. Снять рекламный ролик, опираясь на свой тритмент, смонтировать его согласно раскадровке..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:

Ассоциация.

Векторная графика.

Визуальная иерархия.

Визуальная привлекательность.
Дизайн.
Жанр.
Интернет.
Код.
Композиция.
Контрастность и неожиданность.
Культурные коды и контекст.
Логотип.
Мерч.
Метафора.
Мишени воздействия.
Мотив.
Образ.
Позиционирование.
Потребность.
Психологические аспекты.
Размещение рекламного материала.
Раскадровка.
Растровая графика.
Рекурсия.
Символ.
Социальная сеть.
Сувенирная продукция.
Универсальные эмоции.
Фирменный стиль.
Форма.
Формат видео.
Формат фото.
И

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
7	
8	
9	
10	
11	
12	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545458

2. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542333

3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561056

б) дополнительная литература:

1. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515812

2. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517147

3. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18773-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545519

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)
http://smallbay.ru/ Виртуальный художественно-исторический музей

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся;

- фотоаппаратура;
- видеоаппаратура;
- ПО для работы с фото и видео (в том числе Adobe Illustrator и Photoshop).

- для практических занятий:

кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся;

- фотоаппаратура;
- видеоаппаратура;
- ПО для работы с фото и видео (в том числе Adobe Illustrator и Photoshop).

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

История изобразительного искусства

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «История изобразительного искусства» входит в профессиональный модуль «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «История изобразительного искусства» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков осуществления поиска рекламных идей, выбора оптимальных изобразительных средств рекламы, знания характерных черт художественных стилей различных исторических эпох. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (D/01.5, D/02.5, D/03.5, D/04.5, D/05.5, D/06.5, E/01.5, E/02.5, E/03.5, E/04.5, F/01.5, F/02.5, F/03.5, F/04.5, G/01.5, G/02.5, G/03.5, G/04.5, G/05.5, G/06.5., вид деятельности: создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

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

Знать:

- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.

Уметь:

- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;
- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.

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

Знать:
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- технические средства создания визуального контента;
- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

Уметь:
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирования сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
- создавать графические материалы рекламного характера;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;
- использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 час.).

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	28
Практические занятия (Пр)	34
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	8
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Изобразительное искусство от первобытной эпохи до Нового времени.									
1.	Изобразительное искусство. Первобытное искусство. Искусство Древнего мира.	17	14	8	6			3	
2.	Искусство Средневековья. Искусство Возрождения. Западноевропейское искусство XVII-XVIII веков.	20	20	8	12				
Русское искусство.									
3.	Древнерусское искусство.	9	6	2	4			3	
4.	Русское искусство XVIII-начала XX вв.	10	10	4	6				
Искусство XIX-XX веков.									
5.	Западноевропейское искусство XIX- начала XX вв.	8	8	4	4				
6.	Искусство XX-го века.	4	4	2	2				
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
7.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2			0,3	1,7	2	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Изобразительное искусство. Первобытное искусство. Искусство Древнего мира.

Понятие «искусство». Изобразительные и неизобразительные виды искусства. Виды пластических систем. Первобытнообщинный строй. Зарождение искусства и его примитивный характер. Искусство палеолита, мезолита, неолита. Памятники скульптуры и архитектуры первобытного общества в Европе и Азии. Функции искусства. Культура и искусство Древнего Египта. Искусство Древней Греции. Искусство Древнего Рима. Архитектурный ордер. Элементы античной архитектуры на улицах Москвы.

Тема 2. Искусство Средневековья. Искусство Возрождения. Западноевропейское искусство XVII-XVIII веков.

Искусство Византии. Романское искусство. Готическое искусство. Итальянское Возрождение. Северное Возрождение. Леонардо да Винчи. Микеланджело Буонарроти. Рафаэль Санти. Барокко. Рококо. Классицизм. Испанская живопись эпохи барокко. Рембрандт ван Рейн. «Вдохновлённые Версалем».

Тема 3. Древнерусское искусство.

Древнерусская архитектура. Древнерусская живопись. Кремли Древней Руси. Шатровая архитектура. Русская иконопись. Андрей Рублёв. Феофан Грек. Древнерусский наряд.

Тема 4. Русское искусство XVIII-начала XX вв.

Русское барокко. Русское рококо. Русский классицизм. Русская живопись XIX – первой половины XX вв. Бартоломео Растрелли. Репин, Суриков, Крамской, Шишкин, Левитан, Айвазовский, Серов, Верещагин.

Тема 5. Западноевропейское искусство XIX- начала XX вв.

Искусство Испании. Академизм. Эклектика. Импрессионизм. Постимпрессионизм. Пуантилизм. Эдуард Мане. Клод Моне. Писсарро. Ван Гог. Сёра. Сезанн. Гоген.

Тема 6. Искусство XX-го века.

Модерн, модернизм, экспрессионизм. Футуризм. Гиперреализм. Сюрреализм. Абстракционизм. Советское искусство. Шагал, Малевич, Кандинский.

Тема 7. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №2 в Приложении.

Планы практических занятий

Тема 1. Изобразительное искусство. Первобытное искусство. Искусство Древнего мира.. Функции искусства. Архитектурный ордер.

Элементы античной архитектуры на улицах Москвы.

.

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Искусство Средневековья. Искусство Возрождения. Западноевропейское искусство XVII-XVIII веков.. Леонардо да Винчи. Микеланджело Буонарроти. Рафаэль Санти. Испанская живопись эпохи барокко. Рембрандт ван Рейн. «Вдохновлённые Версалем»..

Время - 12 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Древнерусское искусство.. Кремли Древней Руси. Шатровая архитектура..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. Русское искусство XVIII-начала XX вв.. Бартоломео Растрелли. Репин, Суриков, Крамской, Шишкин. Левитан, Айвазовский, Серов, Верещагин..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Западноевропейское искусство XIX- начала XX вв.. Эдуард Мане. Клод Моне. Писсарро. Ван Гог, Сёра. Сезанн, Гоген..

Время - 4 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 6. Искусство XX-го века.. Шагал, Малевич, Кандинский..

Время - 2 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ

САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).
2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.
3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.
4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:

Авангард.
Агитационный плакат.
Адаптация культурная.
Аккультурация.
Аксиология.
Андеграунд.
Анимизм.
Антропология.
Антропоморфизм.
Артефакт.
Архетип.
Ассимиляция.
Аудиовизуальная культура.
Буддизм.
Вера.
Вестернизация (социально-культурная).
Виртуальная реальность.
Виртуальный тур.
Воображение.
Гений.
Декаданс.
Диффузия культурная.
Европоцентризм.
Знак.
Знание.
Значение.
Золотое сечение.
Идеальный тип.

Идеаторность.
Идол.
Иероглифика.
Инкультурация.
Инновация.
Интеграция культурная.
Интеллигентность.
Информационная культура.
Информация.
Искусство.
Ислам.
Калокагатия.
Катарсис.
Китч.
Контркультура.
Конформизм.
Культ.
Культура.
Культурология.
Маргинальность культурная.
Массовая культура.
Ментальность, менталитет.
Миф.
Модернизм.
Мораль.
Музей.
Ноосфера.
Нравственность.
Обычай.
Ойкумена.
Памятник.
Пантеизм.
Постмодернизм.
Преемственность.
Прекрасное.
Профанный.
Религия.
Ритуал.
Синергетика.
Сакральный.
Символ.
Синкретизм.
Смысл.
Субкультура.
Табу.
Тотемизм.
Традиция.
Универсалии культурные.
Фетишизм .
Фольклор.
Функционализм.
Хаос.
Харизма.
Христианство.
Ценность.
Цивилизация.

Эстетика.
Этика.
Этикет.
Этос.
Язычество.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
5	
6	
7	
8	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Агратина, Е. Е. История зарубежного и русского искусства XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Агратина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16253-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530674

2. Ильина, Т. В. История отечественного искусства. От крещения Руси до начала третьего тысячелетия : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 354 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07319-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515688

3. Ильина, Т. В. История искусства Западной Европы. От Античности до наших дней : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 330 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07318-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515686

б) дополнительная литература:

1. Ильина, Т. В. История искусства : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541766

2. Вёльфлин, Г. Основные понятия истории искусств / Г. Вёльфлин ; переводчик А. А. Франковский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 296 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-05288-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515492

3. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515812

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://www.tretyakovgallery.ru/ Государственная Третьяковская галерея

http://mosmuseum.ru/ Музей Москвы

http://www.orientmuseum.ru/ Государственный музей Востока

https://pushkinmuseum.art/ Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина

https://www.hermitagemuseum.org/ Государственный Эрмитаж

https://rusmuseum.ru/ Государственный Русский музей

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

- для практических занятий:

кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РосНОУ»)

Колледж АНО ВО "Российский новый университет"

Предметно-цикловая комиссия рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины

Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"

Код и направление специальности 42.02.01 РЕКЛАМА

Москва
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс (МДК) «Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"» входит в профессиональный модуль «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» и изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Реклама в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА, утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Цель курса «Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"» – изучение основных понятий рекламной деятельности, развития у студентов навыков выявления основных и второстепенных конкурентов, проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды, планирования системы маркетинговых коммуникаций. В профессиональной подготовке специалиста профессиональный модуль играет важную роль, так как позволяет ознакомить студентов с избранной профессией, обогащает их теоретическим знанием и способствует успешному вхождению в профессиональную среду, формирует у студентов представление обо всех этапах разработки рекламной кампании, а также о взаимодействии и функционировании всех участников рекламного рынка. Знакомит с функциями различных специалистов в рекламном агентстве.

Изучение дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (06.043 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ), выполнению обобщённых трудовых функций, трудовых функций, трудовых действий, определённых профессиональным стандартом, соответствующим ОП (вид деятельности: выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих).

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий с применением активных методов обучения, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования должен:

- ***Определять целевую аудиторию и целевые группы. (ПК 1.1.)***

Знать:

- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
- аудиторию различных средств рекламы;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

Уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований;
- уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании.

- ***Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. (ПК 1.4.)***

Знать:
- принципы выбора каналов коммуникации;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.

Уметь:
- преобразовывать требования заказчика в бриф.

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

Знать:
- методики рекламного планирования;
- инструментов рекламного планирования;
- систему маркетинговых коммуникаций;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- принципы выбора каналов коммуникации;
- аудиторию различных средств рекламы;
- отраслевую терминологию;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;
- принципы стратегического и оперативного планирования РК;
- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;
- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;
- принципы функционирования современных социальных медиа;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.

Уметь:
- определять ключевые цели рекламной кампании;
- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК;
- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения;
- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
- определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки;
- определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач;
- определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории);
- определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать современные приёмы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (90 час.).

Вид учебной работы	Объём часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	86
в том числе:	
Лекционные занятия (Лек)	42
Практические занятия (Пр)	42
Часы на контрольные работы (КоР)	0,3
Текущие консультации (ТКонс)	1,7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
Внеаудиторная самостоятельная работа	

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
очная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем					Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Пр	КоР	Тконс		
Рекламная деятельность.									
1.	Субъекты рекламной коммуникационной системы. Содержание рекламной информации.	12	10	4	6			2	
2.	Рекламная деятельность.	22	22	8	14				
Рекламная кампания.									
3.	Рекламная кампания.	20	20	10	10				
4.	СМИ как основной канал распространения рекламы.	20	20	14	6				
5.	Социальная реклама. Политическая реклама. Некоммерческий маркетинг.	12	12	6	6				
Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).									
6.	Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).	4	2			0,3	1,7	2	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. Субъекты рекламной коммуникационной системы. Содержание рекламной информации.

Субъекты рекламной коммуникационной системы. Классификация рекламных агентств. Содержание рекламной информации. Способы привлечения клиентов. Характер взаимоотношений рекламного агентства и рекламодателя. Разработка брифа, его заполнение.

Тема 2. Рекламная деятельность.

Этапы производства рекламного продукта. Методы стимулирования: ценовые и неценовые. Классификация POS-материалов. Проведение промоакций. Определение целевой аудитории. Основные виды производства рекламного продукта. Услуги, продукция BTL-агентств. Стимулирование покупателей.POS-материалы, их виды, разработка. Разработка фирменного стиля BTL-агентства – его логотипа, слогана, печатной продукции – визитки, листовки. Анализ деятельности PR-отдела и PR-компании.

Тема 3. Рекламная кампания.

Виды рекламных кампаний. Разработка рекламной кампании. Эффективность рекламной кампании, конверсия. Организация рекламы в магазине розничной торговли. Организация рекламы в оптовом предприятии. Реклама в промышленности. Организация рекламы в сфере туризма. Оценка коммуникативной эффективности рекламы. Размещение рекламного заказа. Выбор видов рекламы и средств её размещения.

Тема 4. СМИ как основной канал распространения рекламы.

Массовые коммуникации. Коммуникационная технология и коммуникативная деятельность. Характеристики рекламы как формы социальной коммуникации. Виды СМИ. Требования к

материалам для размещения в различных СМИ. Особенности размещения рекламы в печатных СМИ (газеты, журналы). Особенности размещения рекламы на радио и телевидении. Размещения рекламы на тематических площадках (сайтах) в сети Интернет. Поисковая оптимизация. SEO-специалист. Анализ эффективности интернет-рекламы. Распределение целевой аудитории по видам СМИ. Таргетированная реклама.

Тема 5. Социальная реклама. Политическая реклама. Некоммерческий маркетинг.

Социальная реклама. Политическая реклама. Некоммерческий маркетинг. Стратегии и концепции социального маркетинга. Социальная компетентность и ответственность рекламы. Технологии в политической рекламе. Манипулирование общественным мнением.

Тема 6. Промежуточная аттестация (обязательная контрольная работа).

См. файл №2 в Приложении.

Планы практических занятий

Тема 1. Субъекты рекламной коммуникационной системы. Содержание рекламной информации.

. Способы привлечения клиентов. Характер взаимоотношений рекламного агентства и рекламодателя. Разработка брифа, его заполнение. Анализ рекламных обращений современной рекламы - печатная рекламная продукция и наружная реклама на примерах российского опыта..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 2. Рекламная деятельность.. Определение целевой аудитории. Основные виды производства рекламного продукта. Услуги, продукция BTL-агентств. Стимулирование покупателей.POS-материалы, их виды, разработка. Разработка фирменного стиля BTL-агентства – его логотипа, слогана, печатной продукции – визитки, листовки. Анализ деятельности PR-отдела и PR-компании..

Время - 14 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 3. Рекламная кампания.. Разработка рекламной кампании. Оценка коммуникативной эффективности рекламы. Размещение рекламного заказа. Выбор видов рекламы и средств её размещения. Реклама в промышленности. Реклама в магазине розничной торговли..

Время - 10 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 4. СМИ как основной канал распространения рекламы.. Распределение целевой аудитории по видам СМИ. Размещение рекламы на радио. Таргетированная реклама..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

Тема 5. Социальная реклама. Политическая реклама. Некоммерческий маркетинг.. Социальная реклама. Соотношение рационального и эмоционального в политической рекламе..

Время - 6 час.

Основные вопросы:

См. файл №1 в Приложении.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1.1. Методические указания:

Самостоятельная работа выполняется обучающимися с целью закрепления пройденных тем, а также более углублённого освоения и отработки тем, затрагиваемых в ходе аудиторных занятий, но не получивших достаточной проработки по причине ограниченности временных ресурсов, отведённых на дисциплину.

Самостоятельная работа выполняется обучающимся параллельно изучения дисциплины с преподавателем в свободное от выполнения иных заданий, предусмотренных учебным планом, время.

Результаты самостоятельной работы предоставляются как в письменной, так и в устной форме, в зависимости от характера задания и от выработанной совместно с преподавателем договорённостью в установленное для этого время (в том числе во время семинаров, промежуточной аттестации и пр.).

Самостоятельная работа оценивается преподавателем по системе "зачёт/незачёт". "Зачёт" ставится в случае верного выполнения задания не ниже 75% от общего объёма. "Незачёт" по самостоятельной работе может послужить основанием к недопуску обучающегося к прохождению промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине.

Для успешного выполнения заданий самостоятельной работы в рамках освоения учебной дисциплины рекомендуется применять следующий алгоритм:

1. Используя рекомендованную литературу, ресурсы сети Интернет, а также иные открытые источники (в случае наличия потребности более глубокого погружения в тему) найти и выписать определения терминам и понятиям, встречающимся в заданиях (см. ниже).

2. Проработать каждую из затрагиваемых тем, составив краткий конспект.

3. Найти схожие или аналогичные примеры заданий, адаптировать их к текущему заданию.

4. По возникающим вопросам обращаться за разъяснениями к преподавателю в оговорённой заранее форме.

Термины и понятия, встречающиеся в заданиях:
Агентство полного цикла.
Аудиовизуальная реклама.
Аудиореклама.
Аутсорсинг.
Бриф.
Дизайнерский бриф.
Жизненный цикл организации.
Интегрированные маркетинговые коммуникации.
Информационное агентство.
Манипуляция.
Медиабаинг.
Нейролингвистическое программирование.
Оптимизация рекламной деятельности.
Ребрендинг.
Рекламное агентство.
Специализированное агентство.
Специализированные PR-агентства.
Универсальное рекламное агентство.
Фирменный стиль.
PR-агентство.
PR-агентства полного цикла.
PR-отдел.

5.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Задания
1	
2	
3	

4	
5	
6	

5.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Задания
7	
8	
9	
10	
11	
12	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

Перечень знаний, осваиваемых в рамках учебной дисциплины

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки

6.2. ФОС для текущего контроля:

№	ФОС текущего контроля
1	

6.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

Задания для оценки умений.

№	Задания
1	
2	
3	
4	
5	
6	

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561056

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

3. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555773

б) дополнительная литература:

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы : учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555698

2. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08096-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540378

3. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15811-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535175

8. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя: пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), или свободно распространяемое программное обеспечение OpenOffice; веб-браузер (Google Chrome, Mozilla, Microsoft Edge др.); электронные библиотечные системы IPR Smart и ЮРАЙТ; систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «Антиплагиат.ВУЗ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет https://portal.rosnou.ru). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет https://e-edu.rosnou.ru).

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

www.advertology.ru Портал о рекламе «Advertology»
4p.ru/main/index.php Маркетинг журнал «4p.ru»
www.elibrary.ru Научная электронная библиотека (НЭБ)
www.mediascope.ru Электронный научный журнал «Медиаскоп»
www.mediacratia.ru Национальная ассоциация журналистов Медиакратия

10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства просвещения РФ от 31 марта 2025 г. № 253 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере общего, среднего профессионального образования и соответствующего дополнительного профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования детей и взрослых, организации отдыха и оздоровления детей, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением АНО ВО «РосНОУ» Об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет».

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для реализации программы дисциплины (профессионального модуля) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- для лекций:

кабинет, оснащённый оборудованием:

учебная доска;

наглядные пособия;

персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;

мультимедийный проектор;

мультимедийный экран;

лазерная указка;

средства аудиовизуализации;

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

- для практических занятий:

кабинет «Маркетинговых исследований», оснащённый оборудованием:

учебно-наглядные пособия:

комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);

компьютер;

проектор;

наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты);

компьютеры с доступом к сети Интернет по количеству обучающихся.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) Преподаватель Баруздин Анатолий Анатольевич