



Департамент по культуре Томской области  
Областное государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
«Губернаторский колледж социально-культурных технологий и инноваций»  
(ОГАПОУ «ГКСКТИИ»)

СОГЛАСОВАНО

Коммерческий директор ООО «Риал  
Фанрайзинг»

 Маркова Н.А.  
« 15 » апреля 2022 г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор

 В.П. Железчиков

« 15 » апреля 2022 г.



## ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

среднего профессионального образования

### 42.02.01 РЕКЛАМА

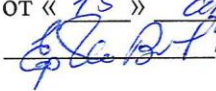
<b>Квалификация:</b>	специалист по рекламе
<b>Форма обучения:</b>	очная/заочная
<b>Нормативный срок освоения:</b>	3 г. 10 мес. (с получением среднего общего образования) 2 г. 10 мес. (на базе среднего общего образования)
<b>Профиль получаемого образования:</b>	социально-экономический



Составитель: Ирина Викторовна Ефимова, зав. отделением сервиса, туризма и информационно-библиотечных технологий


Программа рассмотрена и рекомендована к работе отделением Сервиса, туризма и информационно-библиотечных технологий ОГАПОУ «Губернаторского колледжа социально-культурных технологий и инноваций»

Протокол № 6 от « 15 » апреле 2022 г.

Зав. отделением  И.В. Ефимова

Программа утверждена Учебно-методическим Советом ОГАПОУ «Губернаторского колледжа социально-культурных технологий и инноваций»

Протокол № 6 от « 15 » апрель 2022 г.

Зам. директора по учебно-методической работе  / Е.С. Лугачёва

## СОДЕРЖАНИЕ

### 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Определение
- 1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы
- 1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы
- 1.4. Структура основной профессиональной образовательной программы

### 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

- 2.1. Область профессиональной деятельности
- 2.2. Объекты профессиональной деятельности
- 2.3. Виды профессиональной деятельности

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА

- 3.1. Общие компетенции выпускников
- 3.2. Профессиональные компетенции выпускников

### 4. ТРЕБОВАНИЕ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

- 4.1. Требование к кадровому обеспечению
- 4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса
- 4.3. Материально-техническое обеспечение учебного процесса
- 4.4. Требования к организации практики
- 4.5. Требования и рекомендации к организации и проведению текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации

### ПРИЛОЖЕНИЕ

# 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

## 1.1. Определение

Основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП) по направлению подготовки 42.02.01 Реклама, реализуемая в ОГАПОУ «ГКСКТИИ», является системой учебно-методических документов, сформированной на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510.

ОПОП определяет цели, ожидаемые результаты, условия и пути реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по специальности 42.02.01 Реклама и включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы модулей, дисциплин, учебных курсов, учебной и производственной практик, государственной итоговой аттестации и другие учебно-методические материалы, обеспечивающие требуемое качество подготовки студентов.

## 1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы

Нормативную правовую базу разработки ОПОП составляют:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273 – ФЗ.
- Федеральный государственный образовательный стандарт (далее - ФГОС) по специальности 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования (СПО), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, зарегистрирован в Министерстве юстиции, регистрационный номер №32859 от 26.06.2014.
- Приказ Минобрнауки РФ от 14 июня 2013г. № 464 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (с изм. и допол. от 15 декабря 2014 г., № 1580)
- Приказ Минобрнауки России от 16 августа 2013г. № 968 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (с изм. и допол. от 11 ноября 2017 г., № 1138)
- Письмо Минобрнауки РФ от 20 октября 2010г. № 12-696 «О разъяснениях по формированию учебного плана ОПОП НПО/СПО»
- Письмо Минобрнауки РФ от 17 марта 2015г. № 06-259 «Рекомендации по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования»
- Уточнения от 25 мая 2017г. к Рекомендациям от 17 марта 2015г. № 06-259.
- Устав ОГАПОУ «ГКСКТИИ».
- Положение о текущем контроле и промежуточной аттестации.
- Положение по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.
- Положение об организации выполнения и защиты курсовой работы.
- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы.

## 1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы

### 1.3.1. Цели и задачи

Реализация ОПОП по специальности «Реклама» должна способствовать повышению качества основной профессиональной образовательной программы звена сферы «Культура и искусство», развитию у студентов личностных и профессиональных качеств, а также формированию общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО по данной специальности.

#### *Цели:*

методическое обеспечение реализации ФГОС СПО по данной специальности, регламентация

учебного процесса;

удовлетворение потребностей общества и государства в профессионально подготовленных, образованных и гармонически развитых специалистах, владеющих современными технологиями в области профессиональной деятельности;

формирование у студентов способности владеть культурой мышления, обобщать, анализировать и воспринимать информацию, а также формулировать цель и пути её достижения.

**Задачи:**

- диагностика и мониторинг потребностей рынка труда на специалистов данной сферы;
- ведение систематического мониторинга требований заинтересованных сторон;
- непрерывное развитие и совершенствование системы качества подготовки специалистов;
- улучшение качества образовательного процесса и образовательных услуг в целом;
- выявлять влияние содержания учебного процесса и учебно-производственной практики на формирование общих и профессиональных компетенций будущих специалистов по туризму;
- определять уровни сформированности общих и профессиональных компетенций будущих специалистов по туризму в процессе их практической подготовки.
- создание учебно-творческой атмосферы, стимулирующей изучение предметной области и совместную образовательную, творческую и исследовательскую деятельность студента и педагога;
- подготовка специалистов, ориентированных на эффективное использование информационных ресурсов для удовлетворения общекультурных, образовательных и профессиональных потребностей общества;
- развитие гражданско-нравственных позиций и личностных качеств студентов с учетом национальных приоритетов культурно-воспитательной политики;
- формирование культуры мышления и мотивации к выполнению профессиональной деятельности в конкретной предметной области;
- ориентация студентов на постоянное саморазвитие и готовность к самостоятельному освоению знаний на протяжении всей профессиональной деятельности

**1.3.2. Срок освоения** – при очной форме обучения на базе основного общего образования – 3 года 10 месяцев; при очной форме на базе среднего общего образования 2 год 10 месяцев.

Индексы	Учебные циклы	Часы		Трудоёмкость в зачётных единицах	Число недель
		Максимальная учебная нагрузка	Аудиторная нагрузка		
<b>ОД.00</b>	<b>Общеобразовательный цикл</b>	<b>2106</b>	<b>1404</b>	<b>59</b>	39 нед.
ОД.01	Учебные дисциплины	1311	874	36	
ОД.02	Профильные учебные дисциплины	737	491	20	
УД.00	Дополнительные учебные дисциплины	54	39	2	110 нед.
	<b>Обязательная часть учебных циклов ОПОП</b>	<b>3956</b>	<b>2637</b>	<b>110</b>	
ОГСЭ.00	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл	660	440	18	
<b>П.00</b>	<b>Профессиональный цикл</b>	<b>3086</b>	<b>2637</b>	<b>110</b>	
ОП.00	Общепрофессиональные дисциплины	924	616	26	
ПМ.00	Профессиональные модули	2162	1441	60	
	<b>Вариативная часть учебных циклов ОПОП</b>	<b>689</b>	<b>459</b>	<b>19</b>	
	<b>Всего часов обучения по учебным циклам ОПОП</b>	<b>4644</b>	<b>3096</b>	<b>129</b>	
					<b>125 нед.</b>
<b>УП.00</b>	<b>Учебная практика</b>	<b>756</b>			<b>21</b>
<b>ПП.00</b>	Производственная практика (по профилю специальности)				
<b>ПДП.00</b>	Производственная практика (преддипломная)	144	-	4	4
<b>ПА.00</b>	Промежуточная аттестация	-	-	-	7
<b>ГИА.00</b>	<b>Государственная (итоговая) аттестация</b>	-	-	-	<b>6</b>
ГИА.01	Подготовка ВКР	-	-	-	4
ГИА.02	Защита ВКР	-	-	-	2
	Каникулярное время	-	-	-	34
					<b>74 нед.</b>
					<b>199 нед.</b>

**1.3.4. Требования к абитуриенту** – прием на профессиональную программу по специальности осуществляется при наличии у абитуриента документа об основном общем образовании или документа об образовании более высокого уровня среднем общем образовании, начальном профессиональном образовании, среднем профессиональном образовании или высшем профессиональном образовании).

При приеме абитуриентов на подготовку по данной образовательной программе проводятся вступительные испытания творческой профессиональной направленности по соответствующим видам специальности.<sup>1</sup> Перечень вступительных испытаний направлен на выявление знаний, необходимых для обучения по данной специальности.

Вступительные творческие испытания профессиональной направленности для поступающих в колледж проводятся в виде выполнения практического задания (кейс). Испытание проводится в очном формате. Абитуриенту необходимо создать рекламные материалы товара, услуги или события:

- эскиз логотипа (нарисовать);

- слоган продвигаемого товара, услуги или события, используя литературные приемы (эпитет, сравнение, гипербола, метафора, олицетворение, параллелизм, антитеза, парадокс, каламбур, омонимы);

- брендovou историю продвигаемого продукта.

Оглашение кейса происходит непосредственно перед началом экзамена в день его проведения. На выполнение задания дается не более 60 минут. Объемы выполненного задания не должен превышать 2 листов. Допускается использование принесенных с собой цветных карандашей, фломастеров, маркеров.

#### **1.4. Структура основной профессиональной образовательной программы**

В соответствии с требованиями к структуре основной профессиональной образовательной программы обязательная часть программы по циклам составляет около 70 процентов от общего объема времени, отведенного на её освоение.

Вариативная часть (около 30 процентов) дает возможность расширения и (или) углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части, получения дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда и возможностями продолжения образования.



## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА**

### **2.1. Область профессиональной деятельности выпускников**

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

### **2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

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

### **2.3. Виды профессиональной деятельности выпускников**

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- Производство рекламной продукции.
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (агент рекламный).

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА**

#### **3.1. Общие компетенции выпускников**

В результате освоения ОПОП специалист по рекламе должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **3.2. Профессиональные компетенции выпускников**

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

##### **Разработка и создание дизайна рекламной продукции.**

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

##### **Производство рекламной продукции.**

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

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

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

##### **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.**

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

##### **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.**

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

##### **Выполнение работ по профессии 20032 "Агент-рекламный"**

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов и оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 5.2. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.3. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

## 4. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

### 4.1. Требования к кадровому обеспечению

Реализация ОПОП обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, междисциплинарных курсов. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла. Преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже одного раза в 3 года.

До 10 % общего числа преподавателей, имеющих высшее образование, может быть замещено преподавателями, имеющими среднее профессиональное образование и стаж практической работы в соответствующей профессиональной сфере в течение 10 и более последних лет.

По циклам общеобразовательных дисциплин и ОГСЭ подготовку обеспечивает отделение «Общегуманитарных и социально-экономических дисциплин».

Преподаватели колледжа регулярно осуществляют методическую работу.

К формам повышения квалификации преподавателей могут относиться:

- присуждение государственной премии;
- присвоение почетного звания;
- присуждение ученой степени;
- присвоение ученого звания;
- получение звания лауреата международного или всероссийского конкурса;
- присуждение почетного знака Министерства образования и науки РФ, Министерства культуры РФ.

### 4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса

Программа, в целом, обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам ОПОП. В библиотечном фонде имеется достаточное количество экземпляров рекомендуемой учебно-методической литературы по основным циклам дисциплин.

Информационно-библиотечное включает в себя, помимо основной и дополнительной литературы, научно-популярные периодические издания: журналы и газеты, научное периодическое издание «Педагогика», «Педагогическая образование и наука» и др.

Каждая дисциплина и практики, включенные в ОПОП, обеспечены учебно-методической документацией по всем видам занятий и формам текущего, промежуточного и итогового контроля освоения ее программы. В состав учебно-методического обеспечения включено:

- список рекомендуемой литературы;
- методические рекомендации или методические указания студентам по всем основным видам учебной работы (лекции, практические занятия, семинары, курсовые работы, индивидуальные занятия);
- методические рекомендации (материалы) преподавателю по выбору средств и методов обучения, способов учебной деятельности;
- рекомендации по использованию информационных технологий;
- педагогические контрольные (испытательные) материалы.

В целом состояние учебно-методического и информационного обеспечения является достаточным для ведения образовательной деятельности по специальности 42.02.01 Реклама. Информационное обеспечение программы основывается на традиционных (библиотечных и издательских) технологиях. Имеется подключение к INTERNET-сети, к которой имеют доступ все преподаватели и студенты. В колледже имеется мультимедиа-компьютер, интерактивная доска, переносной экран для презентаций лекций, докладов на научно-практических конференциях, докладов студентов на защите курсовых работ.

Все студенты и преподаватели имеют доступ в INTERNET-сеть через компьютерный класс колледжа, студию звукозаписи, что является достаточным при количественном составе студентов в группах очной формы обучения. Обеспечен доступ к информационным ресурсам через каналы:

- к электронному федеральному portalу «Российское образование» <http://www.edu.ru>,

- к базе данных Российской Государственной библиотеки по искусству <http://www.liart.ru/>,
- к электронным информ. ресурсам РГБ <http://www.rsl.ru/>,
- к электронным информ. ресурсам Российской Национальной библиотеки <http://www.nlr.ru/>, <http://www.inion.ru/>,
- к информационной системе «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>
- к глобальным поисковым системам <http://www.google.com/>, <http://www.yahoo.com/>, <http://search.msn.com/>, <http://www.gnpbu.ru>
- главный информационно-вычислительный центр Министерства культуры РФ <http://www.cultureonline.ru>

#### **Электронные ресурсы онлайн доступа:**

- электронно-библиотечная система «Лань» - <https://eLanbook.com>
- электронно-библиотечная система «LitRes» - <http://biblio.litres.ru>
- электронно-библиотечная система «Academia» - [www.Academia-moscow.ru](http://www.Academia-moscow.ru)
- научная электронная библиотека «ELibrary» - <https://eLibrary.ru>

### **4.3. Материально-техническое обеспечение учебного процесса**

Образовательное учреждение располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, лабораторных работ, дисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом образовательного учреждения. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

Имеющийся аудиторный фонд обеспечивает оптимальные условия для проведения нормального процесса обучения. Аудитории для занятий по специальным дисциплинам оборудованы необходимыми музыкальными инструментами, оборудованием для проведения лекций-презентаций.

Колледж располагает учебно-методическим кабинетом, оснащенным научно-методической литературой; кабинетом звукозаписи, аудиовизуальной аппаратурой, лицензионными CD и DVD-дисками (с материалами для учебного процесса – музыкальными произведениями, концертными программами и пр.), необходимыми для обеспечения учебного процесса по специальным дисциплинам и курсам.

При проведении практических занятий в их состав в качестве обязательного компонента включаются практические задания с использованием персональных компьютеров.

При использовании электронных изданий образовательное учреждение обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с номенклатурой изучаемых дисциплин.

Образовательное учреждение имеет необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.

Перечень учебных аудиторий, специализированных кабинетов и материально-технического обеспечения:

#### **Кабинеты:**

социально-экономических дисциплин;  
иностранного языка;  
математики и информатики;  
истории изобразительных искусств;  
рисунка и живописи;  
экологии и безопасности жизнедеятельности;  
экономики и менеджмента;  
шрифтовой и художественной графики;  
цветоведения;  
проектирования рекламного продукта;  
методический.

#### **Учебные классы:**

для индивидуальных занятий;  
для групповых теоретических занятий.

**Лаборатории:**

компьютерного дизайна;  
информационных и коммуникационных технологий;  
компьютерной графики и видеомонтажа;  
фотолаборатория.

**Полигоны:**

мини-типография.

**Студии:**

видеостудия;  
фотостудия.

**Спортивный комплекс:**

спортивная комната;

**Залы:**

библиотека,  
читальный зал с выходом в сеть Интернет;  
актовый зал.

#### **4.4. Требования к организации практики обучающихся**

Практика является обязательным разделом ОПОП. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. При реализации ОПОП в колледже предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная, преддипломная.

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются программами по каждому виду практики (прилагается).

**Учебная практика** может реализовываться рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей (суммарно – 2 недели) в течение 3,4 семестров.

Учебная практика проводится в форме учебно-практических занятий под руководством преподавателей и дополняет междисциплинарные курсы профессиональных модулей.

**Производственная практика** состоит из двух этапов:

- производственная практика (по профилю специальности)  
– 4 недели
- производственная практика (преддипломная)  
– 4 недели

**Производственная практика (по профилю специальности)** реализуется концентрированно, в рамках профессиональных модулей и представляет собой организационно-управленческую и исследовательскую деятельность, студентов под руководством преподавателей на производственных базах.

Производственная практика (по профилю специальности) может проходить как под руководством преподавателя учебного заведения, в котором обучается студент, так и под руководством преподавателя (сотрудника) на предприятии, организации, учреждении независимо от их организационно - правовых форм, в котором проводится практика. В случае прохождения студентом производственной практики (по профилю специальности) под руководством преподавателя (сотрудника) другого учреждения, с данным преподавателем (сотрудником) заключается договор на соответствующий вид и объем работ. С учреждением, в котором проводится данный вид практики, учебное заведение, в котором обучается студент, заключает договор о сотрудничестве.

**Производственная практика (преддипломная)** проводится концентрированно в последнем семестре, предшествует государственной (итоговой) аттестации и представляет собой исследовательскую, организационно-управленческую и организационно-творческую деятельность студентов под руководством преподавателей, итогом которой является выпускная квалификационная работа (дипломная работа) по профилю специальности.

Производственная практика (по профилю специальности) должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Цели и задачи, программы и формы отчетности по каждому этапу производственной практики определяются программой практики.

Аттестация по итогам производственной практики проводится в форме студенческой конференции с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

**Приложение. Карта формирования вариативной части**

Индекс	Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов и профессиональных модулей	Иметь практический опыт	Знать	Уметь	Максимальная нагрузка	Трудоёмкость в зачётных единицах
<b>Карта формирование знаний и умений</b>						
<b>ОП.ВЧ.06</b>	Психология в рекламе	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- иметь представление о целях, задачах и стратегиях рекламы, ее функциях и месте в обществе; об основных исторических этапах становления и развития рекламы в России и за рубежом;</li> <li>- знать о современном состоянии отечественной и мировой рекламы, ее проблемы, специфику и тенденции развития; психологические механизмы воздействия рекламы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике психологические механизмы управления рекламным бизнесом; принимать стратегические решения.</li> </ul>	60	2
<b>ОП.ВЧ.07</b>	Межкультурные коммуникации	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия теории межкультурной коммуникации и ее виды;</li> <li>- направления развития межкультурной коммуникации;</li> <li>- способы разрешения межкультурных конфликтов;</li> <li>- роль межкультурной коммуникации в разных сферах деятельности.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать понятийный аппарат теории межкультурной коммуникации для решения профессиональных задач;</li> <li>- моделировать типичные сценарии межкультурного взаимодействия, прогнозировать и преодолевать возможные конфликты в межкультурной коммуникации;</li> <li>- преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сферах общения;</li> <li>- видеть междисциплинарные связи изучаемой дисциплины с другими и понимать их значение для будущей профессиональной деятельности.</li> </ul>	90	3
<b>ОП.ВЧ.08</b>	Введение в специальность	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- историю развития рекламы;</li> <li>- основные понятия рекламы;</li> <li>- функции и виды рекламы;</li> <li>- основные каналы распространения рекламы;</li> <li>- структуру рекламного процесса;</li> <li>- основные принципы сегментирования потребителей;</li> <li>- структуру рекламного обращения;</li> <li>- основные правила делового общения в рекламе;</li> <li>- основные положения закона о</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться рекламной терминологией;</li> <li>- описать историю развития рекламы;</li> <li>- ориентироваться в структуре рекламного процесса;</li> <li>- описать основные каналы распространения рекламы;</li> <li>- анализировать структуру рекламного обращения;</li> <li>- сегментировать потребителей.</li> </ul>	48	1

<b>ОП.ВЧ.09</b>	Медиапланирование	-	<p>рекламе.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия медиапланирования;</li> <li>- основные показатели медиапланирования;</li> <li>- алгоритм расчета основных показателей медиапланирования;</li> <li>- модели медиастратегий;</li> <li>- факторы, влияющие на характер медиапланирования;</li> <li>- основы написания медиаплана.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соотносить цели и задачи рекламной кампании, с целями медиапланирования;</li> <li>- рассчитывать основные параметры медиапланирования;</li> <li>- анализировать различные факторы, влияющие на характер медиапланирования;</li> <li>- выбирать каналы размещения рекламы, в зависимости от медиастратегии;</li> <li>- составлять медиаплан.</li> </ul>	90	3
<b>ОП.ВЧ.10</b>	Написание рекламных текстов	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, структуру и элементы рекламного текста;</li> <li>- особенности восприятия рекламного текста целевой аудиторией;</li> <li>- алгоритм написания слоганов;</li> <li>- основы написания рекламного текста;</li> <li>- разновидности PR-текстов;</li> <li>- различные виды аргументаций и лингвистических приемов в рекламном тексте.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться рекламной терминологией;</li> <li>- анализировать и описывать целевые аудитории;</li> <li>- писать и анализировать рекламные слоганы;</li> <li>- писать и анализировать различные виды рекламных и PR-текстов;</li> <li>- писать рекламные тексты с использованием аргументации, лингвистических приемов;</li> <li>- осуществлять поиск первичной информации при разработке рекламного текста.</li> </ul>	141	4
<b>ОП.ВЧ.11</b>	Основы режиссуры и сценарного мастерства	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие «адресности» (взаимоотношение сценариста со зрителем, слушателем и т.д.), «сюжета» и его конструкции (событийный ряд), понятие «действия» (физическое, психофизическое и т.д.);</li> <li>- понятие конфликта («пружина» действия) и его построения, персонажа (краткая характеристика, стереотипы, развитие, характеры) и диалога (ритмика, суть, мелодика, жанр).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- практически применять усвоенные навыки и знания (написание сценариев, набросков; составление плана написания).</li> </ul>	96	3
<b>ОП.ВЧ.12</b>	Музыкальное оформление рекламы	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- музыкальную терминологию;</li> <li>- определения средств музыкальной выразительности;</li> <li>- о роли и значении музыкального искусства в системе культуры;</li> <li>- основные исторические периоды развития музыкальной культуры, основные направления, стили и жанры;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эмоционально, «адекватно» художественному содержанию, аналитически воспринимать музыкальные сочинения;</li> <li>- грамотно излагать свои впечатления о них;</li> <li>- анализировать средства музыкальной выразительности;</li> <li>- ориентироваться в</li> </ul>	68	2



			- программный минимум произведений симфонического, оперного, камерно-вокального и других жанров музыкального искусства (слуховые представления).	музыкальных произведениях различных направлений, стилей и жанров.		
<b>ОП.ВЧ.13</b>	Основы этикета	-	- основные принципы современного этикета. - этические основы современного этикета, историю становления и развития этикетных норм и правил поведения. - особенности речевого этикета. - основные правила межличностного общения, факторы, определяющие имидж делового человека, эстетические требования к внешнему облику - методику правильного ведения деловой беседы, переговоров служебного, делового, телефонного совещания. - методику работы со справочными и информационными материалами по этикету.	- работать со справочными и информационными материалами по этикету. - пользоваться навыками грамотного общения в деловой и личной жизни и применять их в целях достижения успехов в профессиональной карьере. - использовать полученные знания в профессиональной деятельности с учетом психологических основ для организации индивидуальной деятельности или коллективного взаимодействия. - уметь правильно вести себя в общественных местах (кино, театр, массовые мероприятия). - ставить и решать задачи в области своей профессиональной компетенции.	48	1
<b>Всего:</b>					<b>989</b>	<b>19</b>

### Карта формирование общих и профессиональных компетенций

Индекс	Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов и профессиональных модулей	Общие компетенции	Профессиональные компетенции
<b>ОП.ВЧ.06</b>	Психология в рекламе	ОК 1 - 11	ПК 1.1, 1.2, 1.3, 3.2
<b>ОП.ВЧ.07</b>	Межкультурные коммуникации	ОК 1 - 11	ПК 1.1, 1.2, 1.3, 2.1
<b>ОП.ВЧ.08</b>	Введение в специальность	ОК 1 - 11	ПК 4.1, 5.1 – 5.3
<b>ОП.ВЧ.09</b>	Медиапланирование	ОК 1 - 11	ПК 3.1, 3.2
<b>ОП.ВЧ.10</b>	Написание рекламных текстов	ОК 1 - 11	ПК 1.3, 1.4
<b>ОП.ВЧ.11</b>	Основы режиссуры и сценарного мастерства	ОК 1 - 11	ПК 1.1 – 1.5, 3.2
<b>ОП.ВЧ.12</b>	Музыкальное оформление рекламы	ОК 1 - 11	ПК 1.1 – 1.3, 2.1, 2.2
<b>ОП.ВЧ.13</b>	Основы этикета	ОК 1 - 11	ПК 4.1, 5.1 – 5.3