

**Аннотации к рабочим программам учебных дисциплин,  
профессиональных модулей по специальности  
42.02.01 Реклама (углубленный уровень)**

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

В ходе реализации ППССЗ должны быть освоены следующие виды профессиональной деятельности: разработка и создание дизайна рекламной продукции; производство рекламной продукции; маркетинговое и правовое обеспечение разработки и реализации рекламного продукта; организация и управление процессом изготовления и продвижения рекламного проекта (продукта); реализация комплексных рекламных проектов; выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

### **Основы философии**

**Цель:** формирование интереса студентов к достижениям всей мировой культуры, независимо от решения основного вопроса философии, к проблемам философии и предполагает формирование положительной установки на предмет и потребность самостоятельного получения новых знаний. В ходе изучения дисциплины идет формирование системы ценностных ориентаций, развивается саморефлексия и самоконтроль и большее значение приобретает самовоспитание.

**Содержание:** формирование представлений об основных понятиях и предмете философии; анализ философии Древнего мира и средневековой философии; анализ основных направлений философии Возрождения и Нового времени; рассмотрение положений современной философии; освоение методов философии и ее внутреннего строения; анализ учения о бытии и теории познания; изучение этики и социальной философии; определение места философии в духовной культуре и ее значение.

Курс 4 (8 сем. – экзамен).

Всего 72 ч., в т.ч. ауд. – 48 ч., ЛПЗ – 24 ч., сам. раб. – 24 ч.

### **История**

**Цель:** формирование представлений об особенностях развития современной России на основе осмысления важнейших событий и проблем российской и мировой истории последней четверти XX – начала XXI вв.

**Содержание:** основные тенденции развития СССР к 1980-м гг.; дезинтеграционные процессы в России и Европе во второй половине 80-х; постсоветское пространство в 90-е гг. XX века; укрепление влияния России на постсоветском пространстве; Россия и мировые интеграционные процессы; развитие культуры в России; перспективы развития РФ в современном мире.

Курс 3 (6 сем. – диф. зачет).

Всего 72 ч., в т.ч. ауд. – 48 ч., ЛПЗ -24 ч., сам. раб. – 24ч.

### **Иностранный язык**

**Цель:** формирование профессиональных качеств специалиста по рекламе в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее ФГОС СПО) посредством решения задач языкового характера.

**Содержание:** теоретическое и практическое освоение правил чтения и транскрипции; изучение и практическое применение знаний об интонации речи на иностранном языке; грамматические особенности местоимений; практическое применение знаний о грамматических характеристиках имени существительного; анализ функционирования артикля как особой части речи; теоретическое и практическое освоение грамматических особенностей прилагательных и наречий; изучение и практическое применение знаний об имени числительном; практическое исследование грамматических особенностей глагола; практическое изучение видовременной категория простого типа; практическое изучение видовременной категории продолженного типа; практическое изучение видовременной категории совершенного типа; практическое изучение видовременной категории совершенно-длительного типа; изучение функционирования глаголов в страдательном залоге; особенности образования косвенной речи; анализ состава предложения. Изучение строения текста; взаимоотношения между людьми; внешность и характер человека; повседневная жизнь современного молодого человека; проблемы и их решение; страноведение Великобритании/Германии; сравнительная характеристика российской и зарубежной систем образования; психологические основы обучения детей младшего школьного возраста; педагогические основы обучения детей младшего школьного возраста; актуальные вопросы в обучении детей младшего школьного возраста; трудоустройство учителя начальных классов;

основы делового поведения в зарубежной поездке; основы деловой переписки.

Курс 2-5 (3 сем., 4 сем. – тек.контроль, 5 сем. – диф. зачет; 6 сем. – диф. зачет; 7 сем., 8 сем., 9 сем. – тек.контроль; 10 сем. - экзамен).  
Всего 418 ч., в т.ч. ауд. – 238 ч., ЛПЗ - 238 ч., сам. раб. – 180ч.

### **Физическая культура**

**Цель:** формирование основ физической и духовной культуры личности студентов, повышение ресурсов здоровья как системы ценностей реализуемых в здоровом образе жизни.

**Содержание:** общекультурное и социальное значение физической культуры. Здоровый образ жизни; легкая атлетика; баскетбол; волейбол; гимнастика; общая физическая подготовка; лапта; настольный теннис; футбол (юноши); атлетическая гимнастика, работа на тренажерах; сущность и содержание ППФП в достижении высоких профессиональных результатов.

Курс 2-5 (3-9 сем. – зачет, 10 сем. – диф. зачет).

Всего 476 ч., в т.ч. ауд. – 238 ч., ЛПЗ -238 ч., сам. раб. – 238 ч.

### **Психология общения**

**Цель:** формирование практических умений студентов в области психологии делового общения, совершенствование опыта оценки различных видов коммуникаций.

**Содержание:** анализ многопланового характера общения; установление взаимосвязи общения и деятельности; характеристика процесса общения. Виды и уровни общения; выявление основных характеристик информационной функции общения; выявление основных характеристик интерактивной функции общения; выявление основных характеристик перцептивной функции общения; оценка различных видов социальных взаимодействий; выявление нормативной основы роли и ролевых ожиданий; специфика реализации социальных ролей; характеристика взаимопонимания в общении; характеристика аттракции как компонента механизма взаимопонимания; характеристика рефлексии как компонента механизма взаимопонимания; анализ техники и приемов общения; психологическая техника проведения деловой беседы; оценка техника слушания в беседе; определение специфики убеждения; самоанализ проведения деловой беседы; характеристика конфликта как особой формы взаимодействия; управление конфликтной ситуацией; выявление специфики конфликта в

профессиональной деятельности; этика делового общения; коммуникативная культура личности – основа успешной профессиональной деятельности; самораскрытие и самопредъявление личности в профессиональной деятельности; регуляция индивидуальных состояний человека в неблагоприятных условиях профессиональной деятельности; оптимизация коммуникативной деятельности руководителя; обеспечение комфортного состояния заказчика, потребителя; повышение эффективности взаимодействия с коллегами, деловыми партнерами, различными представителями общественности; освоение психотехнических упражнений для повышения уровня профессиональной компетенции руководителя, членов трудового коллектива.

Курс 4 (8 сем. – диф. зачет).

Всего 72 ч., в т.ч. ауд. – 48 ч., ЛПЗ – 24 ч., сам. раб. – 24 ч.

### **Введение в профессию: общие компетенции профессионала**

*Цель:* формирование целостного образа специалиста (когнитивная и ценностно-смысловая составляющая); осознанного отношения к учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности, современным способам получения профессиональных знаний; освоение техники эффективного общения в трудовом коллективе.

*Содержание:* выявление специфики профессии как деятельности и области проявления личности; оценка динамики профессионального развития; освоение технологии профессионального успеха; формирование позитивного отношения к нововведениям в профессиональной деятельности; определение роли учебно-исследовательской и научно-исследовательской работы в профессиональном становлении будущих специалистов; формирование у студентов устойчивого интереса к профессиональной деятельности через включение в исследовательскую деятельность; выявление особенностей построения различных этапов научного исследования; оценка научного потенциала предметных олимпиад, конкурсов, научно-практических конференций, интеллектуальных игр в профессиональном самовыражении будущего специалиста; влияние собственного опыта учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности на становление профессионализма, формирование компетентности; построение дальнейшего образования на основе научно-исследовательской работы; соблюдение

требований, предъявляемых к научной организации труда как условие формирования творческого потенциала будущих специалистов; интеллектуальное обеспечение саморазвития как будущего специалиста на основе выявления оптимальных подходов к самоорганизации учебно-профессионального труда; выявление студентом эффективных способов самоорганизации в различных видах учебно-профессиональной деятельности; управляющее воздействие на профессиональный рост личности специалиста; развитие устойчивой мотивации к самосовершенствованию себя как будущего специалиста; саморегуляция эмоциональной устойчивости в особо сложных профессиональных ситуациях; овладение техникой предотвращения излишней напряженности в трудовом коллективе; выявление роли социально-психологического тренинга в профессиональной подготовке будущих специалистов; психологическое обеспечение надежности профессиональной деятельности.

Курс 2 (4 сем. – диф. зачет).

Всего 72 ч., в т.ч. ауд. – 45 ч., ЛПЗ – 22 ч., сам. раб. – 27 ч.

### **Эффективное поведение на рынке труда**

**Цель:** освоение систематизированных знаний и формирование целостного представления о технологии профессиональной деятельности и карьеры; формирование у обучающихся самостоятельности, инициативности, способности к успешному самоопределению в обществе на основе сформированных компонентов технологической культуры; обеспечение равных возможностей обучающихся для их последующего профессионального образования и профессиональной деятельности, в том числе с учетом реальных потребностей рынка труда.

**Содержание:** рынок труда Новгородской области; профессиональная деятельность; технологии трудоустройства; законодательство РФ о трудоустройстве молодого специалиста; адаптация: сущность и виды; структура адаптации; организационная культура и деловой этикет; проективная и технологическая культура как основа проектирования профессиональной карьеры; эмоциональное благополучие личности как условие успешной карьеры; непрерывное обучение и саморазвитие в построении успешной карьеры; умение работать в команде.

Курс 3 (5 сем. – диф. зачет).

Всего 54 ч., в т.ч. ауд. – 42 ч., ЛПЗ – 20 ч., сам. раб. – 12 ч.

## **Речевая культура молодого специалиста**

**Цель:** формирование современной языковой личности, научной и профессиональной коммуникативной компетенции специалиста, повышение общей культуры речи, формирование необходимых знаний о языке как системе, развитие учебно-познавательных речевых навыков, которые позволяют сформировать навыки по продуцированию и репродуцированию текстов, навыки составления деловой и научно-технической документации.

**Содержание:** формирование представления о языке как средстве общения; освоение понятия «речевая культура» в системе подготовки специалистов по рекламе; понятие о литературном языке и языковой норме; освоение орфоэпических норм: произносительных и норм ударения; понятие лексико-фразеологической нормы; лексические ошибки, связанные с употреблением слов и фразеологизмов, и их исправление; словообразовательные нормы. Стилистические возможности словообразования; нормативное употребление форм слов. Ошибки в речи, их исправление; освоение синтаксических норм русского языка. Анализ ошибок и их исправление; определение уровня готовности к использованию в профессиональной деятельности литературных норм русского языка; изучение специфики и жанров функциональных стилей литературного языка; изучение структуры и содержания служебных документов; анализ устной деловой речи.

Курс 2 (3 сем. – зачет).

Всего 54 ч., в т.ч. ауд. – 34ч., ЛПЗ – 22 ч., сам. раб. – 20 ч.

## **Интенсивный курс повышения грамотности**

**Цель:** на основе обобщения практического опыта и его систематизации в области орфографических и пунктуационных норм создать условия для формирования готовности будущего специалиста к решению профессиональных задач в области применения норм письменной речи.

**Содержание:** диагностика и оценка уровня сформированности пунктуационно-орфографических умений студентов; правописание непроизносимых, парных звонких и глухих согласных в корне слова; Правописание приставок, оканчивающихся на согласную и букв и / ы после приставок на согласную; правописание приставок пре- / при-; правописание корней с чередованием; правописание разделительных Ъ и Ь, Ь после шипящих на конце слов; Правописание гласных о / ё, ы / и после шипящих и ц в корнях, суффик-

сах и окончания существительных и прилагательных; правописание дефиса в неопределенных местоимениях и наречиях, НЕ и НИ в местоимениях; правописание безударных личных окончаний глаголов; правописание н и nn в суффиксах качественных прилагательных, падежных окончаний имен существительных; правописание не с разными частями речи; правописание сложных существительных и прилагательных, лов с пол- и полу-; правописание производных предлогов и количественных числительных; употребление прописных и строчных букв; определение уровня готовности студентов к применению орфографических норм в профессиональной деятельности; постановка тире между подлежащим и сказуемым; постановка знаков препинания при однородных членах; постановка знаков препинания при обособленных членах; постановка знаков препинания при обращении, в предложениях с вводными словами и предложениями; определение уровня готовности к использованию в профессиональной деятельности пунктуационных норм в области постановки знаков препинания в осложненном простом предложении; постановка знаков препинания между частями сложного предложения; постановка знаков препинания при прямой речи; постановка знаков препинания при цитировании; оценка уровня готовности студентов к применению письменных норм в профессиональной деятельности.

Курс 4 (8 сем. – диф. зачет).

Всего 72 ч., в т.ч. ауд. – 48 ч., ЛПЗ - 48 ч., сам. раб. – 24 ч.

### **Деловой иностранный язык**

**Цель:** формирование готовности будущего специалиста по рекламе к решению профессиональных задач языкового характера в продвижении рекламного продукта. обучающихся к использованию в будущей практической деятельности психологических знаний, помогающих установить контакты с людьми, убеждать партнеров в целесообразности своих инициатив и предложений, организовывать

**Содержание:** страноведение стран изучаемого языка: современное политическое и экономическое положение; культура и традиции стран изучаемого языка: формирование готовности к общению с иностранными специалистами; формирование и освоение коммуникативных основ поведения в зарубежной поездке.

Курс 5 (9 сем. – тек. контроль, 10 сем. – диф. зачет).

Всего 112 ч., в т.ч. ауд. – 75 ч., ЛПЗ - 30 ч., сам. раб. – 37 ч.

## **Управленческая психология**

**Цель:** формирование у будущего специалиста по рекламе прикладных знаний и умений о закономерностях управления и особенностях поведения человека в организации для эффективной деятельности и жизненного успеха организации и ее сотрудников

**Содержание:** основные принципы и методы управленческой психологии; волевые качества личности, их роль в управленческой деятельности; -характеристику типов темперамента и предпочтительную сферу деятельности для каждого типа темперамента; -психологические аспекты управления, порядок разрешения конфликтных ситуаций в коллективе; социально-психологические основы деятельности руководителя.

Курс 5 (9 сем. – тек.контроль, 10 сем. – диф. зачет).

Всего 112 ч., в т.ч. ауд. – 75 ч., ЛПЗ - 30 ч., сам. раб. – 37 ч.

## **Основы социологии и политологии**

**Цель:** формирование готовности будущего специалиста по рекламе к решению профессиональных задач в области обеспечения проектной деятельности.

**Содержание:** политология – наука о политике; власть как центральная проблема исследования политической науки; классические и современные теории политических элит; политические режимы; государство как важнейший институт политической системы; политические идеологии; социология – наука об обществе; общество и культура.

Курс 5 (9 сем. – тек.контроль, 10 сем. – диф. зачет).

Всего 97 ч., в т.ч. ауд. – 65 ч., ЛПЗ - 30 ч., сам. раб. – 32 ч.

## **Социальная психология**

**Цель:** формирование у студентов прикладных умений в сфере социальных отношений для решения профессиональных задач

**Содержание:** основные принципы социальной психологии, социального мышления, социального влияния и специфики социальных отношений, формирование готовности к эмоциональному воздействию в процессе общения в профессиональной деятельности, приемы создания благоприятного психологического климата в коллективе; различные формы групповых дискуссий при принятии решений.

Курс 5 (9 сем. – тек.контроль, 10 сем. – диф. зачет).

Всего 97 ч., в т.ч. ауд. – 65 ч., ЛПЗ - 30 ч., сам. раб. – 32 ч.



## **Математика**

**Цель:** формирование готовности будущего специалиста к решению профессиональных задач в области производственно-технологической деятельности (по типам рекламной продукции).

**Содержание:** освоение понятия производная. Изучение правил дифференцирования; изучение частных производных и дифференцирование функции нескольких переменных; изучение приложений производной; изучение основных методов интегрирования; изучение понятия определённого интеграла; изучение геометрических приложений определённого интеграла; ознакомление с дифференциальными уравнениями с разделяющимися переменными; ознакомление с линейными дифференциальными уравнениями 1-го порядка; ознакомление с уравнениями в полных дифференциалах; ознакомление с линейными дифференциальными уравнениями второго порядка с положительными коэффициентами; ознакомление с понятием множества и отношения; ознакомление с основными понятиями теории графов; ознакомление с понятием случайные события; ознакомление с основными статистическими характеристиками.

Курс 2 (3 сем. – диф. зачет).

Всего 54 ч., в т.ч. ауд. – 51ч., ЛПЗ – 12 ч., сам. раб. – 3 ч.

## **Экологические основы природопользования**

**Цель:** формирование у студентов экологической культуры, способностей оценки профессиональной деятельности с позиции охраны природной окружающей среды.

**Содержание:** современное состояние окружающей среды в России; антропогенное воздействие на природу; экологические кризисы и катастрофы; глобальные проблемы экологии. Пути их решения; природные ресурсы. Проблемы использования и воспроизводства; принципы рационального природопользования и охраны окружающей среды; утилизация бытовых и промышленных отходов; загрязнение окружающей среды. Способы ликвидации последствий загрязнения. Экологический риск; мониторинг окружающей среды; эколого-экономические подходы к природоохранной деятельности. Особо охраняемые территории; рациональное использование и охрана атмосферы, водных ресурсов, недр,

земельных ресурсов; государственные и общественные мероприятия по охране окружающей среды; история Российского природоохранного законодательства; международное сотрудничество в области природопользования и охраны окружающей среды; правовые основы и социальные вопросы защиты среды обитания.

Курс 4 (7 сем. – диф.зачет).

Всего 52 ч., в т.ч. ауд. – 45 ч., ЛПЗ – 17 ч., сам. раб. – 7 ч.

### **Информатика**

**Цель:** формирование и обеспечение знаний и умений, необходимых для дальнейшего изучения предметов и освоения профессиональной деятельности.

**Содержание:** основы построения ЭВМ; организация работы памяти компьютера; автоматизированное рабочее место специалиста (АРМ); анализирование графической оболочки Windows; изучение файлового Менеджера Total Commander для Microsoft Windows; защита информации от несанкционированного доступа; изучение технологии работы со звуком, с видео; автоматизированная обработка текстовой информации; автоматизированная обработка числовой информации; технология хранения, поиска и сортировки информации, использованием ЭВМ; выявление этапов решения задач на ЭВМ; описание формальных языков.

Курс 2 (3 сем. – диф. зачет).

Всего 54 ч., в т.ч. ауд. – 51 ч., ЛПЗ – 51 ч., сам. раб. – 3 ч.

### **Рисунок с основами перспективы**

**Цель:** изучение теоретических вопросов изобразительной грамотности и овладение практическими умениями и навыками в области рисунка.

**Содержание:** организация рабочего места. Материалы и рисовальные принадлежности; восприятие формы предметов и их применение в рисунке; начальные упражнения по освоению основных принципов рисунка с натуры. Рисование отдельных предметов; рисование натюрморта, интерьера; рисование экстерьера автотехники, зданий и сооружений; рисование растительности, птиц, животных; изучение и рисование человека; композиционный рисунок с изображением фигуры человека.

Курс 2-4 (3 сем., 4 сем., 5 сем., 6 сем. – тек. контроль, 7 сем. диф. зачет).

Всего 247 ч., в т.ч. ауд. – 202 ч., ЛПЗ – 202 ч., сам. раб. – 45 ч.

### **Живопись с основами цветоведения**

**Цель:** изучение основ цветоведения, цветотоновых отношений предметов и явлений окружающей действительности, выявление закономерностей цветовой гармонии и колористического единства для создания художественного образа в живописи и дизайне рекламной продукции.

**Содержание:** основные положения теории цветоведения; теоретические принципы гармонизации цветов в композициях; формирование цветом объема; живописная трансформация объектов предметной среды; применение живописно-графических техник в изображении фигуры человека; линейно-пятновая и «аппликативная» стилизация.

Курс 2-4 (3 сем., 4 сем., 5 сем., 6 сем., 7 сем. диф. зачет).

Всего 248 ч., в т.ч. ауд. – 202 ч., ЛПЗ – 202 ч., сам. раб. – 46 ч.

### **История изобразительного искусства**

**Цель:** формирование у студентов основных этапов развития изобразительного искусства, основных стилей и направлений в искусстве; развитие умений анализировать произведения архитектуры, скульптуры и живописи, определять стилевые особенности в искусстве разных исторических периодов.

**Содержание:** искусство первобытности и ранней древности; искусство Великих Цивилизаций Востока; искусство Античного мира; искусство средневековой Европы и Византии; искусство Западной Европы XIII – XIX вв.; история русского искусства; искусство XX века.

Курс 2 (3 сем. – тек. контроль, 4 сем. - диф. зачет).

Всего 144 ч., в т.ч. ауд. – 96 ч., ЛПЗ – 12 ч., сам. раб. – 48 ч.

### **Экономика организации**

**Цель:** подготовка квалифицированных специалистов в области рекламной деятельности, владеющих современными знаниями в области экономических отношений при работе с проектными технологиями экономического характера в условиях профессиональной деятельности; ознакомления студентов с новыми тенденциями в данной области; повышения уровня их экономического сознания и экономической культуры

**Содержание:** основы экономики и предпринимательская деятельность; анализ предпринимательской деятельности; менеджмент и

маркетинг в предпринимательской деятельности; организация оплаты труда; финансы предприятия.

Курс 3 (6 сем. – экзамен).

Всего 72 ч., в т.ч. ауд. – 48 ч., ЛПЗ – 20 ч., сам. раб. – 24 ч.

### **Безопасность жизнедеятельности**

**Цель:** вооружить будущих выпускников теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для: разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени; прогнозирования развития и оценки последствий чрезвычайных ситуаций; принятия решений по защите населения и территорий от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их воздействий; выполнения конституционного долга и обязанности по защите Отечества в рядах Вооружённых Сил Российской Федерации; своевременного оказания доврачебной помощи.

**Содержание:** принципы обеспечения безопасности взаимодействия человека со средой обитания; чрезвычайные ситуации природного происхождения; чрезвычайные ситуации техногенного характера; чрезвычайные ситуации социального характера; чрезвычайные ситуации военного времени; обеспечение устойчивости функционирования объектов экономики; вооруженные Силы Российской Федерации на современном этапе; обеспечение военной безопасности РФ; руководство и управление Вооруженными Силами Российской Федерации; виды и рода Вооруженных Сил РФ; военная служба - особый вид федеральной государственной службы; медико-санитарная подготовка.

Курс 3 (6 сем. – диф. зачет).

Всего 102 ч., в т.ч. ауд. – 68 ч., ЛПЗ – 22 ч., сам. раб. – 34 ч.

### **Основы композиции**

**Цель:** приобретение студентами теоретических знаний и устойчивых навыков практической работы.

**Содержание:** основные сведения о композиции; шрифт и шрифтовая графика; элементы организации графической композиции; геометрическое формообразование на плоскости; средства гармонизации композиции; трансформация изображения; цвет и цветовая гармония; графические

средства визуализации; модуль и модульность; композиционные конструкции на модульной сетке; оптические и рельефные деформации плоскости; объемное формообразование; модульное построение объемной композиции; объемные трансформации; особенности построения глубинно-пространственной композиции.

Курс 2 (3 сем. – диф. зачет).

Всего 102 ч., в т.ч. ауд. – 68 ч., ЛПЗ – 50 ч., сам. раб. – 34 ч.

### **Основы дизайна**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений по разработке и созданию дизайна рекламной продукции.

**Содержание:** понятие дизайна; сущность понятий «предмет дизайна» и «объекты дизайна», их определения; основные рабочие категории дизайна. Их сущность, определения, взаимосвязь; области дизайн-деятельности и субъекты дизайна. Направления дизайн-деятельности, существующие и перспективные; специализация дизайн-деятельности по классам, группам и видам объектов дизайна; основная цель дизайна, ее смысл и определение; сущность и определения основных принципов дизайна; сущность и определение художественно-конструкторского формообразования; композиция как инструмент гармонизации структуры и формы объектов дизайна; формирование художественной образности объектов дизайна; предметное творчество; дизайн в семействе архитектурных искусств как видов предметного художественного творчества; дизайн и эргономика; дизайн рекламы; творчество в дизайне.

Курс 2 (3 сем. – диф. зачет).

Всего 85 ч., в т.ч. ауд. – 51ч., ЛПЗ – 24 ч., сам. раб. – 34 ч.

### **Психология рекламной деятельности**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

**Содержание:** теоретические и методологические проблемы психологии рекламы; реклама как вид маркетинговой коммуникации; психические процессы в рекламе; психология восприятия рекламы; суггестивные технологии психологического воздействия рекламы на потребителя; маркетинговые технологии психологического воздействия рекламы на потребителя; психология потребностей и мотивации в рекламе;

определение покупательского поведения как инструмент рекламы; типология личности и ее значимость для рекламной деятельности; психология отношения потребителей к рекламе; эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения; психотехнологии рекламных средств без обратной связи; психотехнологии рекламного текста без обратной связи; психотехнологии рекламных средств с обратной связью; проблемы психологической эффективности рекламы; психология творчества в рекламе; личность рекламного агента в условиях современного рынка.

Курс 2 (3 сем. – тек. контроль, 4 сем. – диф. зачет).

Всего 99 ч., в т.ч. ауд. – 64 ч., ЛПЗ – 20 ч., сам. раб. – 35 ч.

### **Организация работы рекламного агентства**

*Цель:* формирование готовности будущего специалиста в области рекламы к решению профессиональных задач.

*Содержание:* рекламное агентство: понятие, функции, задачи; условия и способы создания рекламного агентства; способы привлечения внимания клиента к деятельности рекламного агентства; социально-правовые аспекты и регулирование рекламной деятельности; организации - участники рекламного бизнеса; структура рекламного агентства; функциональная схема построения рекламного агентства на уровне компаний малого и среднего бизнеса; функциональная схема построения рекламного агентства на уровне компаний крупного бизнеса; особенности деятельности рекламного агентства в системе маркетинга; роль товарного знака, фирменного стиля, брэндинга в деятельности рекламного агентства; организация документооборота рекламного агентства; планирование финансовых показателей в рекламном агентстве; внутреннее управление деятельностью рекламного агентства; методы бесконфликтного бизнеса; социальный климат рекламного агентства. Требования к персоналу; управление персоналом рекламного агентства; анализ деятельности рекламного агентства.

Курс 2 (4 сем. – экзамен).

Всего 90 ч., в т.ч. ауд. – 60 ч., ЛПЗ – 24 ч., сам. раб. – 30 ч.

### **Бизнес-планирование**

*Цель:* формирование у студентов профессионально-деятельностных умений работать с экономической информацией при планировании и изготовлении рекламного проекта (продукта).

**Содержание:** бизнес-планирование как элемент экономической политики организации (предприятия); порядок разработки бизнес-плана; оформление и содержание разделов бизнес-плана; виды бизнес-планирования; представление и защита бизнес-плана.

Курс 4 (7 сем. – зачет).

Всего 46 ч., в т.ч. ауд. – 30 ч., ЛПЗ – 14 ч., сам. раб. – 16 ч.

### **Основы бухгалтерского учета**

**Цель:** получение дополнительных умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда и возможностями продолжения образования; формирование у студентов профессионально-деятельностных умений работать с экономической информацией при планировании и изготовлении рекламного проекта (продукта).

**Содержание:** виды учета, характеристика бухгалтерского учета, его предмет и методологические основы; правовые основы бухгалтерского учета; бухгалтерский баланс; счета бухгалтерского учета и двойная запись; учетные регистры и формы бухгалтерского учета; учет денежных средств и расчетных; учет материально-производственных запасов; учет расчетов с персоналом по оплате труда; учет основных средств и нематериальных активов; учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции; учет готовой продукции и её продажи; учет собственных средств, кредитов и финансовых результатов; бухгалтерская отчетность организации.

Курс 2-3 (3 сем. – тек. контроль, 4 сем. – диф. зачет, 5 сем. - экзамен).

Всего 158 ч., в т.ч. ауд. – 106 ч., ЛПЗ – 40 ч., сам. раб. – 52 ч.

### **Научно-исследовательская деятельность в профессиональной сфере**

**Цель:** выявление методологии научно-исследовательской деятельности, формирование целостного представления о специфике использования методов и логики научного познания для решения конкретных профессиональных задач.

**Содержание:** научное познание и научное исследование; логические законы и правила в практике научного исследования; общенаучные логические методы и приемы познания. Психологические и социологические методы исследования; выявление эффективности научного исследования; определение роли различных видов учебно-исследовательской и научно-

исследовательской работы в профессиональном становлении будущего специалиста; определение полифункциональности опытно-экспериментальной работы; оценка особенностей построения научного исследования в рамках опытно-экспериментальной работы; опытно-экспериментальная работа учителя начальных классов как создание нового педагогического опыта; оценка потенциальных возможностей будущих специалистов в области рекламной деятельности; построение будущим специалистом в области рекламной деятельности дальнейшего образования на основе научно-исследовательской работы; исследовательское поведение; проведение специальных исследований; исследование эффективности рекламной кампании; исследование изменения реакции потребителей на проводимую рекламную кампанию во времени; самосовершенствование будущим специалистом в области рекламной деятельности своих исследовательских умений; самосовершенствование будущим специалистом своих исследовательских умений на основе психотренинговых занятий.

Курс 3 (6 сем. – диф. зачет).

Всего 76 ч., в т.ч. ауд. – 51 ч., ЛПЗ – 32 ч., сам. раб. – 25 ч.

### **Стратегический менеджмент**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений управленческой культуры поведения в сфере рекламы в условиях реального времени; развитие у студентов понимания деятельности по экономически эффективному достижению перспективных целей организации на основе удержания конкурентных преимуществ и адекватного реагирования на изменения внешней среды.

**Содержание:** введение в стратегический менеджмент; ознакомление с сущностью стратегического менеджмента; изучение миссии и целей организации; анализ и оценка внешней среды организации; анализ и оценка внутренней среды организации; изучение комбинированных методов анализа внутренней и внешней среды организации; изучение стратегий, видов стратегий; реализация стратегического плана, его контроль и оценка.

Курс 4 (7 сем. – экзамен).

Всего 72 ч., в т.ч. ауд. – 45 ч., ЛПЗ – 20 ч., сам. раб. – 27 ч.

### **Финансовый менеджмент**



**Цель:** обучение студентов теоретическим основам и прикладным аспектам управления финансовой деятельностью хозяйствующих субъектов в условиях рынка с учетом особенностей экономики России.

**Содержание:** сущность и организация финансового менеджмента на предприятии; финансовый анализ и планирование; методологические основы принятия финансовых решений; основы принятия инвестиционных решений; структура капитала и дивидендная политика; источники финансирования хозяйственной деятельности; управление оборотным капиталом; специальные вопросы финансового менеджмента.

Курс 4 (7 сем. – экзамен).

Всего 72 ч., в т.ч. ауд. – 45 ч., ЛПЗ – 18 ч., сам. раб. – 27 ч.

### **Современные технологии презентаций**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений по подготовке и проведению эффективной презентации в условиях реального времени.

**Содержание:** цели и задачи презентации; техника проведения презентации; материальное обеспечение презентации; внутренние презентации; внешние презентации.

Курс 5 (10 сем. – диф. зачет).

Всего 60ч., в т.ч. ауд. – 40 ч., ЛПЗ – 20 ч., сам. раб. – 20 ч.

### **Дизайн интернет-страниц**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений работать в области рекламы.

**Содержание:** изучение основ языка гипертекстовой разметки HTML; оптимизация изображений для web-страницы и создание графических элементов сайта; таблица как элемент вывода данных и как элемент верстки страницы; создание и дизайн web-форм; CSS – как основное средство стилизации и разметки страницы; поисковая оптимизация сайтов; юзабилити-анализ интерфейса web-сайта.

Курс 5 (10 сем. – диф. зачет).

Всего 60ч., в т.ч. ауд. – 40 ч., ЛПЗ – 20ч., сам. раб. – 20 ч.

### **Поведение потребителей**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений работать в коллективе, решать вопросы взаимодействия в группе в условиях реального времени.

**Содержание:** классификация моделей поведения потребителей; внутренние факторы поведения потребителей; внешние факторы поведения потребителей; осознание проблемы и поиск информации; оценка вариантов, решение о покупке; покупка; процессы после покупки; потребители товаров производственного назначения; консьюмеризм.

Курс 5 (9 сем. – диф. зачет).

Всего 69 ч., в т.ч. ауд. – 46 ч., ЛПЗ – 14 ч., сам. раб. – 23 ч.

### **Деловой этикет**

**Цель:** помочь студентам освоить общие нормы современного этикета, касающиеся взаимоотношений специалистов в профессиональной деятельности, в том числе в такой конкретной предметной области как деятельность в области рекламы.

**Содержание:** выявление причин актуальности изучения проблем этикета в современном российском обществе; тенденции развития современного делового этикета; рассмотрение основных средств укрепления межличностных отношений и формирования имиджа; управление деловым общением и взаимодействием как условие обеспечения эффективности деловых отношений; изучение особенностей использования невербальных средств в деловой коммуникации; организация, проведение и этикет различных мероприятий; соотношение коммуникативной и гастрономической составляющей в деловом застолье; выбор и вручение подарков в деловой практике; использование цветов в сфере деловых отношений; создание имиджа делового человека; деловой этикет в офисном пространстве; оценка уровня готовности студентов к применению этикетных норм в профессиональной деятельности.

Курс 5 (9 сем. – диф. зачет).

Всего 75 ч., в т.ч. ауд. – 60 ч., ЛПЗ – 30 ч., сам. раб. – 15 ч.

### **Социальная реклама**

**Цель:** формирование готовности будущего специалиста к решению профессиональных задач в области планирования, разработки и оценки эффективности социальной рекламы

**Содержание:** базовые понятия социальной рекламы, ее виды и структуру; место социальной рекламы, ее роль и функции в современном обществе; характерные черты и особенности развития российской социальной рекламы сегодня и тенденции развития ее в будущем; основные этапы планирования социальной рекламной кампании; технологические аспекты проектирования социальной рекламы; основные механизмы и закономерности воздействия общества на личность, формирование и развитие социальных институтов, их социальные роли и функции; основные законодательные и этические правила работы в области рекламы вообще и социальной рекламы в частности; специфику выразительных средств рекламного креатива в социальной рекламе этапы разработки вербальной и невербальной составляющих социальной рекламы; методы оценки эффективности социальной рекламы.

Курс 5 (10 сем. – диф. зачет).

Всего 60 ч., в т.ч. ауд. – 40 ч., ЛПЗ – 16 ч., сам. раб. – 20 ч.

### **Политическая реклама**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений разрабатывать, создавать и реализовывать рекламные кампании в политической сфере

**Содержание** ознакомление со спецификой проведения рекламных кампаний в политической сфере, а также рассмотрение закономерностей политической рекламы как особого вида коммуникации.

Курс 5 (10 сем. – диф. зачет).

Всего 60 ч., в т.ч. ауд. – 40 ч., ЛПЗ – 16 ч., сам. раб. – 20 ч.

### **Страховое дело**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений разрабатывать, создавать и реализовывать рекламные продукты с учетом требований заказчика – страховой компании.

**Содержание:** определение сущности, роли и функций страхования в современном обществе; изучение истории возникновения и развития страхования; ознакомление с основными категориями страхования; анализ классификаций страхования; анализ основ правового обеспечения и регулирования страховой деятельности; анализ организационных и финансовых основ страховой деятельности; организация личного страхования; организация имущественного страхования; организация

страхования ответственности; организация перестрахования и сострахования; разрешение страховых споров; анализ особенностей и возможностей рекламы в страховой сфере деятельности.

Курс 5 (10 сем. – диф. зачет).

Всего 60 ч., в т.ч. ауд. – 40 ч., ЛПЗ – 14 ч., сам. раб. – 20 ч.

### **Организация выставочной деятельности**

**Цель:** формирование у студентов профессионально-деятельностных умений организовывать выставки, как форму публичного представления достижений в различных области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях

**Содержание:** основы организации и проведения выставок различного уровня; ресурсные аспекты организации, обеспечения и продвижения выставки; анализ различных видов выставочных продуктов; проектирование выставки различных видов; выстраивание эффективных коммуникаций с партнерами по деловому общению в процессе организации выставочной деятельности

Курс 5 (10 сем. – диф. зачет).

Всего 60 ч., в т.ч. ауд. – 40 ч., ЛПЗ – 14 ч., сам. раб. – 20 ч.

### **ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**Цель:** формирование профессиональных и личностных качеств студентов в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования, а также теоретическая и практическая подготовка студентов к профессиональной деятельности на основе современных технологий обучения.

Курс 3 (6 сем. – квал. экзамен).

### **МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта**

**Содержание:** понятие «Рекламный продукт». Виды рекламной продукции; дизайн в рекламе; композиция рекламного продукта; стилизация в композиции; макет рекламы; цвет в рекламе; тон как средство гармонизации композиции; текстура; фактура, объём, рельеф; шрифт, как изобразительная система; статика и динамика в рекламе; ритмические и метрические композиционные системы; масштаб композиции; художественное проектирование печатной рекламы и рекламы в прессе;

художественное проектирование фирменной атрибутики, торговой марки; художественное проектирование наружной рекламы; художественное проектирование аудиовизуальных сообщений; художественное проектирование средств стимулирования сбыта, POS-материалов, рекламных продуктов.

Курс 2-3 (4 сем. – тек.контроль, 5 сем. – экзамен, 6 сем. – диф. зачет\*).

Всего 306 ч., в т.ч. ауд. – 212 ч., ЛПЗ – 106 ч., сам. раб. – 94 ч.

### **МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта**

*Содержание:* анализ основных понятий курса; изучение рынка и выбор целевой аудитории; планирование рекламной стратегии торговой марки; создание творческой стратегии торговой марки; анализ методов генерирования творческих идей; оценка эффективности рекламно-коммуникативной стратегии; анализ рекламного обращения; анализ структуры вербальной части рекламы; использование маркетинговой информации в рекламном тексте; анализ интралингвистических особенностей рекламного текста; анализ стилистических особенностей рекламы; использование приемов речевого воздействия в рекламе; изучение основ рекламного копирайтинга; создание текстов рекламных объявлений; создание текста для наружной рекламы; создание текстов для печатной продукции; создание текста для рекламного видеоролика; создание текста для аудиорекламы; создание рекламного текста для сайта; создание сценария рекламной кампании.

Курс 2-3 (4 сем. – тек.контроль, 5 сем. – диф. зачет, 6 сем. – диф. зачет\*).

Всего 288 ч., в т.ч. ауд. – 198 ч., ЛПЗ – 99 ч., сам. раб. – 90 ч.

### **ПМ.02. ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

*Цель:* формирование профессиональных и личностных качеств студентов в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования, а также теоретическая и практическая подготовка студентов к профессиональной деятельности на основе современных технологий обучения.

Курс 5 (9 сем. – квал. экзамен)

### **МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале**

**Содержание:** рекламная полиграфия; сувенирная продукция; использование пакетов программного обеспечения для создания рекламной продукции.

Курс 3-4 (5 сем. – тек.контроль, 6 сем. – диф. зачет, 7 сем. – экзамен).

Всего 133 ч., в т.ч. ауд. – 92 ч., ЛПЗ – 46 ч., сам. раб. – 41 ч.

### **МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа**

**Содержание:** изучение проектной графики; изучение редакторов растровой графики; изучение редакторов векторной графики; разработка рекламной продукции в сети Интернет; разработка мультимедиа продукции.

Курс 3-4 (5 сем. – тек.контроль, 6 сем. – диф. зачет, 7 сем. – тек.контроль, 8 сем. – экзамен).

Всего 250 ч., в т.ч. ауд. – 170 ч., ЛПЗ – 85 ч., сам. раб. – 80 ч.

### **МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии**

**Содержание:** история фотографии; фотография в рекламе; оборудование для фотосъемки; технические аспекты формирования кадра; свет и освещение; основы композиции в фотографии; фотосъемка жанра, пейзажа; съемка архитектуры и интерьера; фотосъемка натюрморта, портрета; спортивная съемка; фотосъемка животных; комбинированные съемки; фоторепортаж; съёмка стекла и бликующих предметов; макросъёмка; съёмка жидкости; цветоделение и цветовоспроизведение; особенности съемки цветной фотографии; основы цифровой обработки фотоизображения и вывода их на печать; обработка фотоизображения в графических редакторах; обработка фотоматериалов.

Курс 3-4 (5 сем., 6 сем., 7 сем., 8 сем. – диф. зачет).

Всего 209 ч., в т.ч. ауд. – 141 ч., ЛПЗ – 70 ч., сам. раб. – 68 ч.

### **МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео**

**Содержание:** видеосъёмка и обработка отснятых видеоматериалов материалов; форматы видеосъемки; правила построения композиции; выбор режима съемки в условиях сложного освещения; монтажная съёмка; основы работы в AdobePremiere. Работа в монтажной программе AdobePremiere; создание авторских заставок.

Курс 3-4 (6 сем., 7 сем., 8 сем. – диф. зачет)

Всего 144 ч., в т.ч. ауд. – 96 ч., ЛПЗ – 48 ч., сам. раб. – 48 ч.

### **ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

*Цель:* формирование профессиональных и личностных качеств студентов в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования, а также теоретическая и практическая подготовка студентов к профессиональной деятельности на основе современных технологий обучения.

Курс 5 (9 сем. – квал. экзамен).

#### **МДК.03.01 Маркетинг в рекламе**

*Содержание:* изучение основных направлений рекламной деятельности; исследование организации маркетинговой деятельности в рекламе; изучение использования современных информационно-коммуникационных технологий в рекламной практике.

Курс 4 (7 сем. – тек. контроль, 8 сем. – диф. зачет).

Всего 174 ч., в т.ч. ауд. – 124 ч., ЛПЗ – 62 ч., сам. раб. – 50 ч.

#### **МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности**

*Содержание:* определение рекламы как вида информации; изучение основных источников рекламного права; формирование представлений об основных субъектах рекламных правоотношений; определение общих требований к рекламе и специальные требования к отдельным ее видам; изучение Гражданско-правовые отношения в сфере рекламной деятельности; формирование представлений об интеллектуальной собственности в сфере рекламы и ее охрана; выявление особенности государственного регулирования и контроля в сфере рекламы.

Курс 4 (7 сем. – тек. контроль, 8 сем. – диф. зачет).

Всего 179 ч., в т.ч. ауд. – 124 ч., ЛПЗ – 62 ч., сам. раб. – 55 ч.

### **ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА (ПРОДУКТА)**

*Цель:* формирование профессиональных и личностных качеств студентов в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования, а также теоретическая и практическая подготовка студентов к профессиональной деятельности на основе современных технологий обучения.

Курс 4 (8 сем. – квал. экзамен)

**МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы  
рекламной деятельности**

*Содержание:* ознакомление с сущностью, содержанием, основными закономерностями менеджмента; изучение миссии и целей организации; формирование представления о планировании деятельности организации, организационных структурах; формирование представления об управлении конфликтами; выявление особенностей управления персоналом; изучение мотивации деятельности; выявление алгоритма принятия управленческих решений; изучение лидерства и стилей управления; определение особенностей рекламирования выбранного объекта (видов рекламы, создаваемых рекламных материалов, необходимого уровня их представления); организация рекламной деятельности; планирование рекламной кампании; осуществление контроля рекламной деятельности; оценка эффективности рекламной деятельности.

Курс 4 (7 сем. тек. контроль, 8 сем. – диф. зачет\*).

Всего 159 ч., в т.ч. ауд. – 109 ч., ЛПЗ – 54 ч., сам. раб. – 50 ч.

**МДК.В.04.02 Теория и практика связей с  
общественностью**

*Содержание:* связи с общественностью (PR) как социальный феномен современного общества; коммуникативное функционирование PR; роль общественности в PR – деятельности; медиатированные коммуникации в системе PR; взаимодействие служб PR с информационными агентствами и СМИ; имидж компании как стратегическая цель PR; современные проблемы PR: этическая компонента; современный рынок PR.

Курс 4 (7 сем. тек. контроль, 8 сем. – диф. зачет\*).

Всего 90 ч., в т.ч. ауд. – 62 ч., ЛПЗ – 32 ч., сам. раб. – 28 ч.

**ПМ.05 РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСНЫХ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ**

*Цель:* формирование профессиональных и личностных качеств студентов в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования, а также теоретическая и практическая подготовка студентов к реализации комплексных рекламных проектов.

Курс 5 (10 сем. – квал. экзамен)



### **МДК.05.01 Разработка комплексных рекламных проектов и медиапланирование**

*Содержание:* разработка комплексных рекламных проектов; реклама как особая форма массовой коммуникации; медиапланирование.

Курс 5 (9 сем. – тек.контроль, 10 сем. – экзамен).

Всего 190 ч., в т.ч. ауд. – 130 ч., ЛПЗ – 65 ч., сам. раб. – 60 ч.

### **МДК.05.02 Методы графической подачи экспериментального творческого проекта, современные приемы экспозиции**

*Содержание:* современные приемы экспозиции; полиграфическое представление экспериментального творческого проекта; мультимедийные презентации как метод подачи экспериментального творческого проекта; видео презентация – наглядное и эффектное представление проекта; Web-графические объекты подачи экспериментального проекта

Курс 5 (9 сем. – тек.контроль, 10 сем. – диф. зачет).

Всего 150 ч., в т.ч. ауд. – 100 ч., ЛПЗ – 50 ч., сам. раб. – 50 ч.

### **МДК.05.03 Основы режиссуры и сценарного мастерства**

*Содержание:* научно-практическая основа режиссуры рекламы; основы сценарного мастерства режиссера рекламы; создание телевизионной рекламы; монтаж рекламного фильма

Курс 5 (9 сем. – тек.контроль, 10 сем. – диф. зачет).

Всего 180 ч., в т.ч. ауд. – 120 ч., ЛПЗ – 60 ч., сам. раб. – 60 ч.

### **ПМ.В.06 АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ**

*Цель:* формирование компетенций, необходимых при выполнении видов деятельности: «Организационная деятельность по работе с заказчиком» и «Размещение и сопровождение заказа».

Курс 2 ( 4 сем. – квал. экзамен)

### **МДК.В.06.01 Организация рекламной деятельности**

*Содержание:* реклама как средство маркетинговых коммуникаций; социально-психологические основы рекламной деятельности; классификация рекламы; традиционная реклама - Above-the-line; реклама Below-the-line; социальная реклама; рынок рекламы и его участники; рекламные агентства: права и ответственность.

Курс 2 (3 сем. – тек.контроль)

Всего 67 ч., в т.ч. ауд. – 42 ч., ЛПЗ – 21 ч., сам. раб. – 25 ч.

## **МДК.В.06.02 Основы информационных технологий в профессиональной деятельности**

*Содержание:* средства оргтехники и требования безопасности труда; средства связи; составление и обработка текстовых документов; организация планирования деятельности и электронный документооборот; средства мультимедиа, обработки графической и видеоинформации.

Курс 2 (3 сем. – диф. зачет)

Всего 40 ч., в т.ч. ауд. – 26 ч., ЛПЗ – 13 ч., сам. раб. – 14 ч.

## **МДК.В.06.03 Реализация рекламного заказа и основы рекламных коммуникационных технологий**

*Содержание:* цели рекламной кампании и её целевая аудитория; планирование и подготовка рекламного сообщения; медиапланирование; планирование бюджета рекламной компании; оценка эффективности рекламы; специфика контактов с производителями и распространителями рекламы; предъявление портфолио по профессиональному модулю и подготовка к квалификационному экзамену.

Курс 2 (4 сем.)

Всего 85 ч., в т.ч. ауд. – 60 ч., ЛПЗ – 30 ч., сам. раб. – 25 ч.

