

Министерство образования, науки и молодежной политики
Краснодарского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края
«Апшеронский техникум автомобильного транспорта и сервиса»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.02 Размещение и сопровождение заказа
для профессии СПО 42.01.01 Агент рекламный

2022г.

РАССМОТРЕНО
учебно-методическим
объединением
профессионального цикла
"26" 05 2022

Руководитель
Галай В.С. Палавина



УТВЕРЖДАЮ
директор ГБПОУ КК АТАТС
В.А.Шульга

Рассмотрена
на заседании педагогического совета
протокол № 12 от 03 июня 2022

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Размещение и сопровождение заказа предназначена для реализации основной профессиональной образовательной программы СПО на базе основного общего образования. Рабочая программа разработана с учетом ФГОС среднего профессионального образования по профессии 031601.01 Агент рекламный (приказ Министерства образования и науки РФ № 658 от 2.08.2013г (в редакции от 09.04.2015г), зарегистрирован Министерством юстиции № 29518 от 20 августа 2013г.), укрупненная группа 42.00.00 Средства массовой информации и информационно – библиотечное дело.

Организация разработчик: ГБПОУ КК АТАТС
Разработчик: Щерба М.Я. мастер п/о ГБПОУ КК АТАТС

Рецензенты:

инженер

Квалификация по диплому:

(подпись)

И.М. Дючаев С.М.

специалист по маркетингу

Квалификация по диплому:

инженер-механик спец. назначения ГБПОУ КК АТАТС

Шоугеева Н.О.

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	41
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	44

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Размещение и сопровождение заказа

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки по профессии 42.01.01 Агент рекламный в соответствии с ФГОС, в части освоения основного вида профессиональной деятельности: размещения и сопровождения заказа на изготовление рекламы и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ПК 2.2. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 2.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 2.4. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 2.5. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 2.6. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 2.7. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации;
- использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации;

уметь:

- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
- использовать технологии цифровой фотографии;
- оцифровывать текстовую и графическую информацию;

знать:

- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления текстов рекламных объявлений;

- основные средства компьютерной обработки информации;
- основы цифровой фотографии;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 1250 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 710 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 480 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 230 часов;

учебной производственной практики– 540 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Организация деятельности по работе с заказчиком», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование обучения
ПК 2.1.	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта
ПК 2.2	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.
ПК 2.3.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
ПК 2.4	Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы
ПК 2.5.	Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.
ПК 2.6.	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы
ПК.2.7	Владеть простыми приемами создания и обработки изображений
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов её достижения, определенных руководителем.
ОК 3.	Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы
ОК 4.	Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами
ОК. 7	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
	ПМ. 02 Размещение и сопровождение заказа		
	Раздел 1. МДК.02.01. Реализация рекламного заказа	282	
Тема 2. 1.1.1 Рекламная информация	Содержание	20	
	1. Рекламная коммуникационная система. Средства информационно-коммуникационного обеспечения	1	2
	2. Субъекты рекламной коммуникационной системы	1	2
	3. Субъекты рекламной коммуникационной системы	1	2
	4. Взаимоотношения между субъектами рекламной коммуникационной системы	1	2
	5. Взаимоотношения между субъектами рекламной коммуникационной системы	1	2
	6. Роль субъектов в рекламной коммуникации.	1	2
	7. Классификация рекламных агентств.	1	2
	8. Классификация рекламных агентств.	1	2
	9. Роль современных рекламных агентств	1	2
	10. Роль современных рекламных агентств	1	2
	11. Назначение, взаимосвязи между агентствами.	1	2
	12. Содержание рекламной информации.	1	2
	13. Требования, предъявляемые к содержанию рекламной информации	1	2
	14. Поиск и привлечение клиентов	1	2
	15. Приёмы и способы привлечения внимания к рекламе	1	2
	16. Приёмы и способы привлечения внимания к рекламе	1	2
	17. Вызов интереса к рекламе	1	2
	18. Суггестия в рекламе.	1	2
	19. Суггестия в рекламе.	1	2

	20. Восприятие человеком потребительской ценности товара.	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 1 Рекламное агентство и рекламодатель. Анализ рекламных обращений современной рекламы	1	
	№ 2 Печатная рекламная продукция на примерах российского опыта	1	
	Самостоятельная работа	9	
	1. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме коммуникационная система	1	
	2. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Субъекты рекламной коммуникационной системы	1	
	3. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме способы привлечения внимания к рекламе	1	
	4. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме способы привлечения внимания к рекламе	1	
	5. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Суггестия в рекламе.	1	
	6. Сделать подборку рекламных обращений современной российской рекламы на радио	1	
	7. Сделать подборку рекламных обращений современной российской рекламы на телевидении	1	
	8. Сделать подборку рекламных обращений современной российской рекламы наружной	1	
	9. Сделать подборку рекламных обращений современной российской рекламы печатной	1	
	Содержание	14	
Тема 2. 1.1.2 Правила составления текстов рекламных объявлений	1. Основы разработки рекламных текстов.	1	2
	2. Основы разработки рекламных текстов.	1	2
	3. Принципы составления рекламных текстов	1	2
	4. Принципы составления рекламных текстов	1	2
	5. Художественное оформление рекламы	1	2
	6. Художественное оформление рекламы	1	2
	7. Использование цвета в дизайне	1	2
	8. Использование цвета в дизайне	1	2

9. Эмоциональное восприятие цвета в рекламе	1	2
10. Сочетание цвета и фона	1	2
11. Сочетание цвета и фона	1	2
12. Подбор шрифта для рекламного объявления	1	2
13. Подбор шрифта для рекламного объявления	1	2
14. Принципы оставление рекламного обращения	1	2
Практическое занятие	6	
№ 3 Составление рекламного обращения	1	
№ 4 Составление рекламного обращения	1	
№ 5 Специализированное программное обеспечению для обработки графических изображений. <u>Графическое сопровождение рекламного сообщения – эскизы</u>	1	
№ 6 Специализированное программное обеспечению для обработки графических изображений. <u>Презентация разработанной рекламной информации</u>	1	
№7 Составление рекламной печатной листовки	1	
№8 Составление брифа на рекламный текст.	1	
Самостоятельная работа	9	
1. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме составления рекламных текстов	1	
2. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Художественное оформление рекламы	1	
3. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Художественное оформление рекламы	1	
4. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Использование цвета в дизайне	1	
5. Доработка рекламной печатной листовки с использованием различных шрифтов	1	
6. Доработка рекламной печатной листовки с использованием различных шрифтов	1	
7. Доработка рекламной печатной листовки с учетом сочетание цвета и фона	1	
8. Доработка рекламной печатной листовки с учетом сочетание цвета и фона	1	

	9. Доработка рекламной печатной листовки, используя принципы оставление рекламного обращения	1	
Тема 2.1.2. Рекламная деятельность	Содержание	12	
	1. Отношения рекламного агентства с клиентами	1	2
	2. Понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности	1	2
	3. Оплата услуг рекламного агентства	1	2
	4. Оплата услуг рекламного агентства	1	2
	5. Структура ВТЛ – агентств	1	2
	6. Структура ВТЛ – агентств	1	2
	7. Основные виды производства рекламного продукта	1	2
	8. Классификация POS – материалов	1	2
	9. Функции POS – материалов	1	2
	10. Функции POS – материалов	1	2
	11. Проведение Promo- акций	1	2
	12. Проведение Promo- акций	1	2
	Практическое занятие	10	
	№9 Основные виды производства рекламного продукта. Умение контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения	1	
	№ 10 Основные виды производства рекламного продукта.	1	
	№ 11 Услуги, продукция ВТЛ – агентств.	1	
	№ 12 Услуги, продукция ВТЛ – агентств.	1	
	№ 13 POS – материалы, их виды, разработка	1	
	№ 14 POS – материалы, их виды, разработка	1	
	№ 15 Стимулирование покупателей: методы и примы	1	
№ 16 Стимулирование покупателей методы и примы	1		
№ 17 Разработка структуры ВТЛ – агентств, его логотипа, печатной продукции: визитка, листовка, открыток	1		
№ 18 Разработка структуры ВТЛ – агентств, его логотипа, печатной продукции: визитка, листовка, открыток	1		
Самостоятельная работа	9		

	1. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме виды производства рекламного продукта	1	
	2. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме виды производства рекламного продукта	1	
	3. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме ВТЛ – агентства	1	
	4. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме ВТЛ – агентства	1	
	5. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме POS – материалы	1	
	6. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме POS – материалы	1	
	7. Доработка созданной продукции - открыток	1	
	8. Доработка созданной продукции - листовок	1	
	9. Доработка созданной продукции - визиток	1	
Тема 2.1.3. Организация размещения рекламы	Содержание	12	
	1. Организация рекламных мероприятий. Применяемые средства рекламы	1	2
	2. Рекламные мероприятия. Организация рекламных мероприятий.	1	2
	3. Показы: особенности, функции	1	2
	4. PR – компании: дегустация, презентация, директ-мейл, рекламная продажа, рекламное шоу, рекламный аукцион	1	2
	5. PR – компании: дегустация, презентация, директ-мейл, рекламная продажа, рекламное шоу, рекламный аукцион	1	2
	6. Выставки: особенности, функции	1	2
	7. Процесс получения заказа: подготовка предложения: изложение и обсуждение предложения с заказчиком	1	2
	8. Процесс получения заказа: подготовка предложения: изложение и обсуждение предложения с заказчиком	1	2
	9. Взаимодействие со СМИ, производственными фирмами, другими рекламными агентствами.	1	2
	10. Взаимодействие со СМИ, производственными фирмами, другими рекламными агентствами.	1	2
	11. Размещение рекламного заказа. Выбор видов рекламы и средств её размещения.	1	2
	12. Размещение рекламного заказа. Выбор видов рекламы и средств её размещения.	1	2
Практическое занятие	8		

	№ 19 Разработка и выбор средств распространения рекламы	1	
	№ 20 Разработка и выбор средств распространения рекламы	1	
	№ 21 Покупка средств рекламы	1	
	№ 22 Выбор носителя рекламы.	1	
	№ 23 Проведение переговоров с партнерами в интересах клиента	1	
	№ 24 Получение информации для разработки заказа клиента	1	
	№ 25 Размещение заказа клиента	1	
	№ 26 Координация и контроль прохождения заказа клиентов.	1	
	Самостоятельная работа	9	
	1. Сделать подборку и анализ рекламных материалов по проводимым рекламных мероприятиям на территории г. Апшеронска	1	
	2. Сделать подборку и анализ рекламных материалов по проводимым рекламных мероприятиям на территории г. Апшеронска	1	
	3. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме PR – компании: дегустация	1	
	4. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме PR – компании директ-мейл	1	
	5. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Разработка и выбор средств распространения рекламы	1	
	6. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Разработка и выбор средств распространения рекламы	1	
	7. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме PR – компании рекламное шоу	1	
	8. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме PR – компании рекламная продажа	1	
	9. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме PR – компании рекламный аукцион	1	
Тема 2.1.4. Сопровождение рекламного заказа	Практическое занятие	6	
	№ 27 Разработка рекламной компании.	1	
	№ 28 Выбор рекламных площадок	1	
	№ 29 Подготовка рекламного текста, необходимых POS – материалов, сотрудников для проведения рекламной кампании.	1	
	№ 30 Подготовка рекламного текста, необходимых POS – материалов, сотрудников для	1	

	проведения рекламной кампании.		
	№ 31 Подготовка отчётов.	1	
	№ 32 Бюджет рекламной кампании.	1	
	Самостоятельная работа	9	
	1. Анализ и сбор информации по рекламным площадкам г. Апшеронска	1	
	2. Анализ и сбор информации по рекламным площадкам г. Апшеронска	1	
	3. Доработка созданной рекламной кампании	1	
	4. Доработка созданной рекламной кампании	1	
	5. Доработка рекламного текста	1	
	6. Доработка рекламного текста	1	
	7. Доработка необходимых POS – материалов	1	
	8. Доработка необходимых POS – материалов	1	
	9. Доработка бюджета рекламной кампании	1	
Тема 2.1.5 Брендинг	Практическое занятие	10	
	№ 33 Брендинг. Основные этапы создания бренда. Анализ известных брендов.	1	
	№ 34 Брендинг. Основные этапы создания бренда. Анализ известных брендов.	1	
	№ 35 Директ-маркетинг.	1	
	№ 36 Директ-маркетинг.	1	
	№ 37 Рекламная деятельность оптовых предприятий	1	
	№ 38 Рекламная деятельность оптовых предприятий	1	
	№ 39 Рекламная деятельность промышленных предприятий	1	
	№ 40 Рекламная деятельность промышленных предприятий	1	
	№ 41 Реклама в магазине	1	
	№ 42 Реклама в магазине	1	
	Самостоятельная работа	9	
	1. Подготовить презентацию материалов по рекламной деятельности оптовых предприятий.	1	
	2. Подготовить презентацию материалов по рекламной деятельности оптовых предприятий.	1	
	3. Подготовить презентацию материалов промышленных предприятий на территории г. Апшеронска	1	

	4. Подготовить презентацию материалов промышленных предприятий на территории г. Апшеронска	1	
	5. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Брендинг	1	
	6. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Брендинг	1	
	7. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Директ-маркетинг	1	
	8. Составить глоссарий - словарь рекламиста по теме Директ-маркетинг	1	
	9. Доработка рекламного текста реклама в магазине	1	
Тема 2.2.1. Культура языка и культура речи.	Содержание	20	
	1. Роль языка и культуры речи в жизнедеятельности человека XXI века..	1	2
	2. Понятие речевой культуры.	1	2
	3. Понятие речевой культуры.	1	2
	4. Различные подходы к определению понятия «культура речи» в современной лингвистике.	1	2
	5. Различные подходы к определению понятия «культура речи» в современной лингвистике.	1	2
	6. Предмет культуры речи как лингвистической дисциплины.	1	2
	7. Предмет культуры речи как лингвистической дисциплины.	1	2
	8. Типы речевой культуры	1	2
	9. Соотношение понятий «язык» и «речь» в современном языкознании	1	2
	10. Язык как целостная система.	1	2
	11. Язык как целостная система.	1	2
	12. Основные признаки языка	1	2
	13. Основные признаки языка	1	2
	14. Речь как форма существования языка.	1	2
	15. Речь как форма существования языка.	1	2
	16. Сферы использования. виды, функции речи и ее главные современные проблемы.	1	2
	17. Признаки речи.	1	2
	18. Отличия языка и речи.	1	2
	19. Язык и мышление.	1	2
	20. Язык и сознание	1	2
	Практическое занятие	2	

	№ 43 Речевая культура – часть общечеловеческой культуры	1	
	№ 44 Речевая культура – часть общечеловеческой культуры	1	
Тема 2.2.2. Языковая норма как историческая категория	Содержание	20	
	1. Литературное произношение современного русского языка.	1	2
	2. Орфоэпия как совокупность правил произношения.	1	2
	3. Орфоэпия как совокупность правил произношения.	1	2
	4. Основные правила русского литературного произношения	1	2
	5. Основные правила русского литературного произношения	1	2
	6. Императивная и диспозитивная орфоэпическая норма	1	2
	7. Императивная и диспозитивная орфоэпическая норма	1	2
	8. Основные фонетические законы согласных современного русского литературного языка	1	2
	9. Основные фонетические законы согласных современного русского литературного языка	1	2
	10. Степени нормативности системы литературного произношения	1	2
	11. Степени нормативности системы литературного произношения	1	2
	12. Понятие ударения.	1	2
	13. Понятие ударения.	1	2
	14. Особенности его проявления в русском языке	1	2
	15. Особенности его проявления в русском языке	1	2
	16. Языковые требования к постановке ударения в русских словах в зависимости от частеречной принадлежности	1	2
	17. Языковые требования к постановке ударения в русских словах в зависимости от частеречной принадлежности	1	2
	18. Литературное произношение в современном русском языке	1	2
	19. Литературное произношение в современном русском языке	1	2
	20. Произношение гласных, согласных звуков	1	2
	Самостоятельная работа	9	
	1. Составить глоссарий по теме Орфоэпия	1	
2. Составить глоссарий по теме Орфоэпия	1		
3. Проработать основные правила русского литературного произношения	1		

4. Проработать основные правила русского литературного произношения	1	
5. Составить глоссарий по теме Императивная и диспозитивная орфоэпическая норма	1	
6. Составить глоссарий по теме Императивная и диспозитивная орфоэпическая норма	1	
7. Проработать фонетические законы согласных современного русского литературного языка	1	
8. Проработать произношение гласных, согласных звуков	1	
9. Проработать произношение гласных, согласных звуков	1	
Содержание	10	
1. Грамматические нормы современного русского языка. Грамматика как раздел науки о языке.	1	2
2. Грамматика как раздел науки о языке	1	2
3. Грамматические нормы как совокупность правил формообразования, словоупотребления и словоизменения.	1	2
4. Грамматические нормы как совокупность правил формообразования, словоупотребления и словоизменения.	1	2
5. Морфологические нормы и их особенности.	1	2
6. Морфологические нормы и их особенности.	1	2
7. Синтаксические нормы и их особенности	1	2
8. Синтаксические нормы и их особенности	1	2
9. Стилистические нормы сложного предложения	1	2
10. Стилистические нормы сложного предложения	1	2
Практическое занятие	2	
№ 45 Стилистическая оценка вариантных форм	1	
№ 46 Стилистическая оценка вариантных форм	1	
Содержание	10	
1. Стилистическая система современного русского языка. Функциональные стили языка	1	2
2. Научный стиль.	1	2
3. Официально-деловой стиль	1	2

	4. Официально-деловой стиль.	1	2
	5. Публицистический стиль	1	2
	6. Разговорный стиль	1	2
	7. Особенности художественной речи	1	2
	8. Экспрессивные стили	1	2
	9. Стилистические нормы	1	2
	10. Функционально-смысловые типы речи	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 47 Функциональные стили речи	1	
	№ 48 Функциональные стили речи	1	
	Самостоятельная работа	9	
	1. Написать текст, используя научный стиль	1	
	2. Написать текст, используя научный стиль	1	
	3. Написать текст, используя официально-деловой стиль	1	
	4. Написать текст, используя официально-деловой стиль	1	
	5. Написать текст, используя публицистический стиль	1	
	6. Написать текст, используя публицистический стиль	1	
	7. Составить глоссарий по теме Экспрессивные стили	1	
	8. Написать текст, используя Стилистические нормы	1	
	9. Написать текст, используя Функционально-смысловые типы речи	1	
Тема 2.2.3. Текст как объект литературного редактирования	Содержание	10	
	1. Основная функция литературного редактирования	1	2
	2. Основная функция литературного редактирования	1	2
	3. Трактовка термина «текст»	1	2
	4. Общая схема работы редактора над текстом	1	2
	5. Общая схема работы редактора над текстом	1	2
	6. Основные законы логического мышления	1	2
	7. Основные законы логического мышления.	1	2
	8. Требования к композиции авторского текста	1	2
	9. Выбор заголовка	1	2
	10. Анализ рубрикации	1	2

	Практическое занятие	2		
	№ 49 Текст как завершающая стадия произведения	1		
	№ 50 Текст как завершающая стадия произведения	1		
	Самостоятельная работа	9		
	1. Проработать тему Основная функция литературного редактирования	1		
	2. Составить глоссарий по теме Трактовка термина «текст»	1		
	3. Проработать тему Основные законы логического мышления	1		
	4. Проработать тему Основные законы логического мышления	1		
	5. Проработать тему Требования к композиции авторского текста	1		
	6. Проработать тему Требования к композиции авторского текста	1		
	7. Проработать тему Выбор заголовка	1		
	8. Написать свободный текст	1		
	9. Написать свободный текст	1		
Тема 2.2.4. Приемы редактирования текстов	Содержание	14		
	1. Редактирование повествовательных текстов	1	2	
	2. Редактирование повествовательных текстов	1	2	
	3. Приемы редактирования текстов-описаний	1	2	
	4. Приемы редактирования текстов-описаний	1	2	
	5. Стилистические особенности текстов-рассуждений	1	2	
	6. Стилистические особенности текстов-рассуждений	1	2	
	7. Приемы их редактирования	1	2	
	8. Приемы их редактирования	1	2	
	9. Правила и приемы цитирования	1	2	
	10. Правила и приемы цитирования	1	2	
	11. Виды правки	1	2	
	12. Виды правки	1	2	
	13. Построение литературного произведения	1	2	
	14. Построение литературного произведения	1	2	
		Самостоятельная работа	9	
		1. Проработать тему Редактирование повествовательных текстов	1	
	2. Проработать тему Приемы редактирования текстов-описаний	1		

	3. Проработать тему Стилистические особенности текстов-рассуждений	1	
	4. Проработать тему Приемы редактирования текстов-рассуждений	1	
	5. Проработать тему Правила и приемы цитирования	1	
	6. Проработать тему Виды правки	1	
	7. Проработать тему Построение литературного произведения	1	
	8. Отредактировать текст, используя знания, приобретенные на занятии	1	
	9. Отредактировать текст, используя знания, приобретенные на занятии	1	
	МДК.02.02 Основы информационных технологий в профессиональной деятельности	272	
Тема 2.3.1. Информационное обеспечение рекламной деятельности	Содержание	20	
	1. Информация и информационное общество	1	2
	2. Информация и информационное общество	1	2
	3. Виды информации. Содержание рекламной информации	1	2
	4. Виды информации	1	2
	5. Свойства информации	1	2
	6. Свойства информации	1	2
	7. Информационное общество	1	2
	8. Информационное общество	1	2
	9. Информационные процессы	1	2
	10. Информационные процессы	1	2
	11. Предпосылки развития информационного общества в России	1	2
	12. Предпосылки развития информационного общества в России	1	2
	13. Тенденции развития информационного общества	1	2
	14. Тенденции развития информационного общества	1	2
	15. Сущность рекламных исследований	1	2
	16. Сущность рекламных исследований	1	2
	17. Направления рекламных исследований. Направления рекламной работы	1	2

	18. Направления рекламных исследований	1	2
	19. Методики измерения различных СМИ	1	2
	20. Методики измерения различных СМИ	1	2
	Самостоятельная работа	16	
	1. Подготовить сообщение: Категории информационных процессов их важность	1	
	2. Подготовить сообщение: Категории информационных процессов их важность	1	
	3. Выполнить маркировку лекционного материала Информация и информационное общество	1	
	4. Выполнить маркировку лекционного материала Информация и информационное общество	1	
	5. Выполнить маркировку лекционного материала Виды информации	1	
	6. Выполнить маркировку лекционного материала Виды информации	1	
	7. Выполнить маркировку лекционного материала Свойства информации	1	
	8. Выполнить маркировку лекционного материала Информационные процессы	1	
	9. Выполнить маркировку лекционного материала Предпосылки развития информационного общества в России	1	
	10. Выполнить маркировку лекционного материала Предпосылки развития информационного общества в России	1	
	11. Выполнить маркировку лекционного материала Тенденции развития информационного общества	1	
	12. Выполнить маркировку лекционного материала Тенденции развития информационного общества	1	
	13. Выполнить маркировку лекционного материала Сущность рекламных исследований	1	
	14. Выполнить маркировку лекционного материала Направления рекламных исследований	1	
	15. Выполнить маркировку лекционного материала Методики измерения различных СМИ	1	
	16. Выполнить маркировку лекционного материала Методики измерения различных СМИ	1	
	Содержание	20	
Тема 2.3.2. Информационные	1. Применение информационных технологий в рекламной деятельности	1	2

обеспечение технологии рекламной деятельности			
	2. Применение информационных технологий в рекламной деятельности	1	2
	3. Виды и функции информации в рекламе	1	2
	4. Виды и функции информации в рекламе	1	2
	5. Классификация	1	2
	6. Классификация	1	2
	7. Рекламные исследования	1	2
	8. Рекламные исследования	1	2
	9. Планирование и создание рекламной стратегии	1	2
	10. Планирование и создание рекламной стратегии	1	2
	11. Производство рекламного продукта	1	2
	12. Производство рекламного продукта	1	2
	13. Системы рекламных исследований	1	2
	14. Системы рекламных исследований	1	2
	15. Виды и функции информации в рекламе	1	2
	16. Виды и функции информации в рекламе	1	2
	17. Информационное обеспечение рекламной деятельности	1	2
	18. Информационное обеспечение рекламной деятельности	1	2
	19. Система маркетинговой информации	1	2
	20. Система маркетинговой информации	1	2
	Самостоятельная работа	15	
	1. Подготовить сообщение: Телевизионная реклама	1	
	2. Подготовить сообщение: Телевизионная реклама	1	
	3. Выполнить маркировку лекционного материала Виды и функции информации в рекламе	1	
	4. Выполнить маркировку лекционного материала Виды и функции информации в рекламе	1	
	5. Выполнить маркировку лекционного материала Рекламные исследования	1	

	6. Выполнить маркировку лекционного материала Рекламные исследования	1	
	7. Выполнить маркировку лекционного материала Планирование и создание рекламной стратегии	1	
	8. Выполнить маркировку лекционного материала Планирование и создание рекламной стратегии	1	
	9. Выполнить маркировку лекционного материала Производство рекламного продукта	1	
	10. Выполнить маркировку лекционного материала Системы рекламных исследований	1	
	11. Выполнить маркировку лекционного материала Виды и функции информации в рекламе	1	
	12. Выполнить маркировку лекционного материала Виды и функции информации в рекламе	1	
	13. Выполнить маркировку лекционного материала Информационное обеспечение рекламной деятельности	1	
	14. Выполнить маркировку лекционного материала Система маркетинговой информации	1	
	15. Выполнить маркировку лекционного материала Система маркетинговой информации	1	
Тема 2.3.3. Программное обеспечение информационных технологий	Содержание	22	
	1. Прикладное программное обеспечение (текстовые и графические редакторы)	1	2
	2. Прикладное программное обеспечение (текстовые и графические редакторы)	1	2
	3. Прикладное программное обеспечение (издательские системы)	1	2
	4. Прикладное программное обеспечение (издательские системы)	1	2
	5. Прикладное программное обеспечение (электронные таблицы)	1	2
	6. Прикладное программное обеспечение (электронные таблицы)	1	2
	7. Прикладное программное обеспечение (системы управления базами данных)	1	2

	8. Прикладное программное обеспечение (системы управления базами данных)	1	2
	9. Прикладное программное обеспечение (интегрированные пакеты)	1	2
	10. Прикладное программное обеспечение (интегрированные пакеты)	1	2
	11. Методоориентированное прикладное программное обеспечение	1	2
	12. Методоориентированное прикладное программное обеспечение	1	2
	13. Проблемно-ориентированное программное обеспечение	1	2
	14. Проблемно-ориентированное программное обеспечение	1	2
	15. Программное обеспечение для глобальных сетей	1	2
	16. Программное обеспечение для глобальных сетей	1	2
	17. Программное обеспечение для администрирования вычислительного процесса	1	2
	18. Программное обеспечение для администрирования вычислительного процесса	1	2
	19. Программы издательской верстки Adobe in Designe	1	2
	20. Программы для деловой графики и презентации	1	2
	21. Программы двумерного и трехмерного моделирования	1	2
	22. Мультимедийные технологии в рекламе. Применение презентаций	1	2
	Практическое занятие	10	
	№ 1 Работа с текстом: добавление, импорт, перетекание, форматирование	1	
	№ 2 Работа с текстом: добавление, импорт, перетекание, форматирование	1	
	№ 3 Работа со стилями	1	
	№ 4 Работа со стилями	1	
	№ 5 Специализированное программное обеспечение для обработки графических изображений. Работа с объектами	1	
	№ 6 Специализированное программное обеспечение для обработки графических изображений. Работа с объектами	1	
	№ 7 Специализированное программное обеспечение для обработки графических изображений. Работа с графикой	1	
	№ 8 Специализированное программное обеспечение для обработки графических изображений. Работа с графикой	1	
	№ 9 Работа с мастер страницами	1	
	№ 10 Работа с мастер страницами	1	
	Самостоятельная работа	11	

	1. Построить графическую систему для любого графического проекта.	1	
	2. Построить графическую систему для любого графического проекта.	1	
	3. Классифицировать электронные носители для мультимедиа-презентации по различным основаниям (по содержанию, по степени интерактивности).	1	
	4. Классифицировать электронные носители для мультимедиа-презентации по различным основаниям (по содержанию, по степени интерактивности).	1	
	5. Выполнить маркировку лекционного материала Прикладное программное обеспечение (издательские системы)	1	
	6. Выполнить маркировку лекционного материала Прикладное программное обеспечение (электронные таблицы)	1	
	7. Выполнить маркировку лекционного материала Прикладное программное обеспечение (системы управления базами данных)	1	
	8. Выполнить маркировку лекционного материала Методоориентированное прикладное программное обеспечение	1	
	9. Выполнить маркировку лекционного материала Проблемно-ориентированное программное обеспечение	1	
	10. Выполнить маркировку лекционного материала Программы издательской верстки Adobe in Designe	1	
	11. Выполнить маркировку лекционного материала Программы издательской верстки Adobe in Designe	1	
Тема 2.3.4. Средства компьютерной обработки информации	Содержание	10	
	1. Устройство ввода и вывода графических данных – общее назначение	1	2
	2. Устройство ввода и вывода графических данных – общее назначение	1	2
	3. Основные средства компьютерной обработки информации. Устройство ввода: сканеры	1	2
	4. Основные средства компьютерной обработки информации. Устройство ввода: сканеры	1	2

	5. Основные средства компьютерной обработки информации. Устройство ввода: графический планшет	1	2
	6. Основные средства компьютерной обработки информации. Устройство ввода: графический планшет	1	2
	7. Основные средства компьютерной обработки информации. Устройство вывода монитору	1	2
	8. Основные средства компьютерной обработки информации. Устройство вывода монитору	1	2
	9. Основные средства компьютерной обработки информации. Устройство вывода. принтеры	1	2
	10. Основные средства компьютерной обработки информации. Устройство вывода. принтеры	1	2
	Практические занятия	8	
	№ 11 Умение пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений	1	
	№ 12 Устройства ввода графических данных: сканеры	1	
	№ 13 Устройства ввода графических данных: графический планшет	1	
	№ 14 Устройства ввода графических данных: графический планшет	1	
	№ 15 Устройства вывода графических данных: мониторы, принтеры	1	
	№ 16 Устройства вывода графических данных: мониторы, принтеры	1	
	№ 17 Оцифровка текстовой и графической информации	1	
	№ 18 Оцифровка текстовой и графической информации	1	
	Самостоятельная работа	11	
	1. Заполнить таблицу: типы мониторов	1	
	2. Заполнить таблицу типы мониторов	1	
	3. Заполнить таблицу типы сканеров	1	
	4. Заполнить таблицу типы сканеров	1	
	5. Заполнить таблицу типы принтеров	1	
	6. Заполнить таблицу типы принтеров	1	
	7. Проработать материал по теме Устройство ввода и вывода графических данных – общее назначение	1	

	8. Проработать материал по теме Устройство ввода и вывода графических данных – общее назначение	1	
	9. Проработать материал по теме Устройства ввода графических данных: сканеры	1	
	10. Проработать материал по теме Устройства ввода графических данных: графический планшет	1	
	11. Проработать материал по теме Устройства вывода графических данных: мониторы, принтеры	1	
Тема 2.3.5. Основы компьютерной графики	Содержание	36	
	1. Понятие, задачи и область применения компьютерной графики.	1	2
	2. Понятие, задачи и область применения компьютерной графики	1	2
	3. Основные средства компьютерной обработки информации Классификация компьютерной графики	1	2
	4. Классификация компьютерной графики	1	2
	5. Основные характеристики растровой графики	1	2
	6. Основные характеристики растровой графики	1	2
	7. Особенности векторной графики	1	2
	8. Особенности векторной графики	1	2
	9. Компьютерная графика. Спецэффекты. Основы цифровой фотографии	1	2
	10. Компьютерная графика. Спецэффекты. Основы цифровой фотографии	1	2
	11. Интерактивная компьютерная графика	1	2
	12. Интерактивная компьютерная графика	1	2
	13. Простейшие методы обработки изображений	1	2
	14. Простейшие методы обработки изображений	1	2
	15. Области применения компьютерной графики: книжной графики	1	2
	16. Области применения компьютерной графики: книжной графики	1	2
	17. Области применения компьютерной графики: полиграфического оформления	1	2
	18. Области применения компьютерной графики: полиграфического оформления	1	2
	19. Области применения компьютерной графики: промышленности	1	2
20. Области применения компьютерной графики: промышленности	1	2	

21. Области применения компьютерной графики: средств массовой информации	1	2
22. Области применения компьютерной графики: средств массовой информации	1	2
23. Области применения компьютерной графики: в бизнесе	1	2
24. Области применения компьютерной графики: в бизнесе	1	2
25. Области применения компьютерной графики: в научных исследованиях	1	2
26. Области применения компьютерной графики: в научных исследованиях	1	2
27. Области применения компьютерной графики: в сфере обучения.	1	2
28. Области применения компьютерной графики: в сфере обучения	1	2
29. Области применения компьютерной графики: компьютерные игры	1	2
30. Области применения компьютерной графики: компьютерные игры	1	2
31. Области применения компьютерной графики: тренажеры	1	2
32. Области применения компьютерной графики: тренажеры	1	2
33. Области применения компьютерной графики: область средств массовых коммуникаций	1	2
34. Области применения компьютерной графики: область средств массовых коммуникаций	1	2
35. Области применения компьютерной графики: гипертекстовая служба Интернета	1	2
36. Области применения компьютерной графики: гипертекстовая служба Интернета	1	2
Практическое занятие	10	
№ 19 Умение пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений. Виды компьютерной графики.	1	
№ 20 Фотографии. Виды компьютерной графики.	1	
№ 21 Описание цвета в компьютерной графике.	1	
№ 22 Описание цвета в компьютерной графике.	1	
№ 23 Умение использовать технологии цифровой. Разрешение и размеры изображения	1	
№ 24 Умение использовать технологии цифровой. Разрешение и размеры изображения	1	
№ 25 Умение использовать технологии цифровой. Простейшие методы обработки изображений	1	
№ 26 Умение пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений. Простейшие методы обработки изображений	1	
№ 27 Умение пользоваться специализированным программным обеспечением для	1	

обработки графических изображений Интерактивная компьютерная графика		
№ 28 Умение пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений Интерактивная компьютерная графика	1	
Самостоятельная работа	18	
1. Заполнить таблицу по теме Классификация компьютерной графики	1	
2. Заполнить таблицу по теме Классификация компьютерной графики	1	
3. Выполнить маркировку лекционного материала Понятие, задачи и область применения компьютерной графики.	1	
4. Выполнить маркировку лекционного материала Понятие, задачи и область применения компьютерной графики.	1	
5. Выполнить маркировку лекционного материала Основные характеристики растровой графики	1	
6. Выполнить маркировку лекционного материала Основные характеристики растровой графики	1	
7. Выполнить маркировку лекционного материала Особенности векторной графики	1	
8. Выполнить маркировку лекционного материала Особенности векторной графики	1	
9. Выполнить маркировку лекционного материала Компьютерная графика. Спецэффекты	1	
10. Выполнить маркировку лекционного материала Компьютерная графика. Спецэффекты	1	
11. Выполнить маркировку лекционного материала Интерактивная компьютерная графика	1	
12. Выполнить маркировку лекционного материала Интерактивная компьютерная графика	1	
13. Выполнить маркировку лекционного материала Простейшие методы обработки изображений	1	
14. Выполнить маркировку лекционного материала Простейшие методы обработки изображений	1	
15. Выполнить маркировку лекционного материала Области применения компьютерной графики: книжной графики	1	
16. Выполнить маркировку материала Разрешение и размеры изображения	1	

	17. Выполнить маркировку материала Простейшие методы обработки изображений	1		
	18. Выполнить маркировку лекционного материала Простейшие методы обработки изображений	1		
Тема 2.3.6. Развитие интернет - технологий	Содержание	16		
	1. Основы сетевых технологий	1	2	
	2. Основы сетевых технологий	1	2	
	3. Компоненты Интернет-технологий	1	2	
	4. Компоненты Интернет-технологий	1	2	
	5. Сетевые поставщики информационных услуг	1	2	
	6. Сетевые поставщики информационных услуг	1	2	
	7. Назначение компьютерных сетей	1	2	
	8. Назначение компьютерных сетей	1	2	
	9. Виды компьютерных сетей	1	2	
	10. Виды компьютерных сетей	1	2	
	11. Организация сети	1	2	
	12. Организация сети	1	2	
	13. Глобальная сеть Интернет	1	2	
	14. Глобальная сеть Интернет	1	2	
	15. Основные протоколы сети Интернет	1	2	
	16. Основные протоколы сети Интернет	1	2	
	Самостоятельная работа		8	
	1. Подготовить реферат: Способы построения компьютерных сетей.	1		
	2. Подготовить реферат: Способы построения компьютерных сетей.	1		
	3. Выполнить маркировку лекционного материала Компоненты Интернет-технологий	1		
	4. Выполнить маркировку лекционного материала Назначение компьютерных сетей	1		
	5. Выполнить маркировку лекционного материала Виды компьютерных сетей	1		
	6. Выполнить маркировку лекционного материала Организация сети	1		
	7. Выполнить маркировку лекционного материала Глобальная сеть Интернет	1		
	8. Выполнить маркировку лекционного материала Основные протоколы сети Интернет	1		

Содержание	20	
1. Интернет – технологии в рекламе	1	2
2. Интернет – технологии в рекламе	1	2
3. Типология интернет-рекламы	1	2
4. Типология интернет-рекламы	1	2
5. Классификация веб-сайтов	1	2
6. Классификация веб-сайтов	1	2
7. Комплекс факторов составляющих ценность и качество веб-сайта	1	2
8. Комплекс факторов составляющих ценность и качество веб-сайта	1	2
9. Типология страниц сайта	1	2
10. Типология страниц сайта	1	2
11. Карта сайта. система навигации сайта. основные навигационные элементы	1	2
12. Карта сайта. система навигации сайта. основные навигационные элементы	1	2
13. Критерии эффективности сайта	1	2
14. Критерии эффективности сайта	1	2
15. Уровни анализа эффективности рекламы в Интернете	1	2
16. Уровни анализа эффективности рекламы в Интернете	1	2
17. Формы продвижения в Интернете	1	2
18. Формы продвижения в Интернете	1	2
19. Определение эффективности рекламной кампании через сеть Интернет	1	2
20. Определение эффективности рекламной кампании через сеть Интернет	1	2
Практическое занятие	12	
№ 29 Web-сайт основной носитель рекламы в Интернете	1	
№ 30 Web-сайт основной носитель рекламы в Интернете	1	
№ 31 Система навигации в сайте	1	
№ 32 Система навигации в сайте	1	
№ 33 Определение эффективности Web-сайт	1	
№ 34 Определение эффективности Web-сайт	1	
№ 35 Анализ сильных и слабых сторон web-сайта	1	
№ 36 Анализ сильных и слабых сторон web-сайта	1	
№ 37 Анализ эффективности рекламы в Интернете	1	

	№ 38 Анализ эффективности рекламы в Интернете	1	
	№ 39 Анализ форм продвижения в Интернете	1	
	№ 40 Анализ форм продвижения в Интернете	1	
	Самостоятельная работа	9	
	1. Перечислить виды сайтов по назначению. Привести примеры по каждому из видов	1	
	2. Составить глоссарий по теме Интернет – технологии в рекламе	1	
	3. Составить глоссарий по теме Типология интернет-рекламы	1	
	4. Составить глоссарий по теме Классификация веб-сайтов	1	
	5. Составить глоссарий по теме Типология страниц сайта	1	
	6. Заполнить таблицу Критерии эффективности сайта	1	
	7. Заполнить таблицу Критерии эффективности сайта	1	
	8. Заполнить таблицу Формы продвижения в Интернете	1	
	9. Заполнить таблицу Формы продвижения в Интернете	1	
	МДК.02.03. Основы рекламных, коммуникационных технологий	156	
Тема 2.4.1 Реклама в системе массовых коммуникаций	Содержание	6	
	1. Понятия «коммуникация»	1	2
	2. Понятия «коммуникация»	1	2
	3. Понятие «массовая коммуникация»,	1	2
	4. Понятие «массовая коммуникация»	1	2
	5. Отличительные характеристики рекламы как формы социальной коммуникации.	1	2
	6. Отличительные характеристики рекламы как формы социальной коммуникации.		2
	Практическое занятие	2	
	№ 1 Основные модели коммуникации	1	
	№ 2 Сравнительное описание рекламы, связей с общественностью, маркетинга, журналистики	11	
	Самостоятельная работа	5	
	1. Составить сравнительную таблицу рекламы, связей с общественностью, маркетинга, журналистики.	1	
	2. Составить сравнительную таблицу рекламы, связей с общественностью, маркетинга, журналистики.	1	

	3. Сформировать глоссарий по теме Понятия «коммуникация»	1	
	4. Сформировать глоссарий по теме Понятие «массовая коммуникация».	1	
	5. Заполнить таблицу Отличительные характеристики рекламы как формы социальной коммуникации.	1	
Тема 2.4.2 Роль рекламы в современном обществе	Содержание	10	
	1. Роль рекламы в современном обществе	1	2
	2. Роль рекламы в современном обществе	1	2
	3. Функции рекламы: экономическая	1	2
	4. Функции рекламы: социальная	1	2
	5. Функции рекламы: коммуникативная	1	2
	6. Функции рекламы: образовательная	1	2
	7. Позитивные и негативные характеристики влияния рекламы, других видов коммуникаций	1	2
	8. Позитивные и негативные характеристики влияния рекламы, других видов коммуникаций	1	2
	9. Маркетинг, связи с общественностью, влияние на современное общество: международный и национальный аспекты	1	2
	10. Маркетинг, связи с общественностью, влияние на современное общество: международный и национальный аспекты	1	2
	Самостоятельная работа	7	
	1. Найти примеры негативного и позитивного влияния рекламы на общество на сайтах adme.ru	1	
	2. Найти примеры негативного и позитивного влияния рекламы на общество на сайтах advertology.ru	1	
	3. Найти примеры негативного и позитивного влияния рекламы на общество на сайтах sostav.ru	1	
	4. Выполнить маркировку лекционного материала Роль рекламы в современном обществе	1	
	5. Выполнить маркировку лекционного материала Функции рекламы	1	
6. Выполнить маркировку лекционного материала Функции рекламы	1		
7. Выполнить маркировку лекционного материала Позитивные и негативные	1		

	характеристики влияния рекламы, других видов коммуникаций		
Тема 2.4.3 СМИ как основной канал распространения рекламы	Содержание	10	
	1. СМИ как основной канал распространения рекламы	1	2
	2. СМИ как основной канал распространения рекламы	1	2
	3. Размещение рекламы в печатных СМИ (газеты, журналы)	1	2
	4. Размещение рекламы в печатных СМИ (газеты, журналы)	1	2
	5. Особенности, преимущества рекламы в СМИ	1	2
	6. Особенности, преимущества рекламы в СМИ	1	2
	7. Реклама в электронных СМИ (телевидение и радио)	1	2
	8. Реклама в электронных СМИ (телевидение и радио)	1	2
	9. Характеристика, плюсы и недостатки рекламы в электронных СМИ	1	2
	10. Характеристика, плюсы и недостатки рекламы в электронных СМИ	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 3 Анализ размещения рекламных блоков, их оптимизация в печатных СМИ.	1	
	№ 4 Анализ размещения рекламных блоков, их оптимизация в печатных СМИ.	1	
	Самостоятельная работа	6	
	1. Найти позитивные и негативные характеристики размещения рекламы в печатных и электронных СМИ	1	
2. Найти позитивные и негативные характеристики размещения рекламы в печатных СМИ	1		
3. Найти позитивные и негативные характеристики размещения рекламы в электронных СМИ	1		
4. Найти позитивные и негативные характеристики размещения рекламы в электронных СМИ	1		
5. Выполнить маркировку лекционного материала СМИ как основной канал распространения рекламы	1		
6. Выполнить маркировку лекционного материала СМИ как основной канал распространения рекламы	1		
Тема 2.4.4 Наружная реклама. Немедийные	Содержание	8	
	1. Наружная реклама	1	2
	2. Наружная реклама	1	2

рекламные технологии.	3. Немедийные рекламные технологии	1	2
	4. Выставки и ярмарки	1	2
	5. Основные ВТЛ-технологии: мерчандайзинг, Trade promotion, Consumer promotion, Direct marketing, Event marketing, программы лояльности.	1	2
	6. Основные ВТЛ-технологии: мерчандайзинг, Trade promotion, Consumer promotion, Direct marketing, Event marketing, программы лояльности.	1	2
	7. Разработка POS материалов: flasf-стопер, flash-токеры, мобайлы, наклейки.	1	2
	8. Разработка POS материалов: flasf-стопер, flash-токеры, мобайлы, наклейки.	1	2
	Самостоятельная работа	3	
	1. Поиск примеров использования технологий product placement и ambient marketing	1	
	2. Поиск примеров использования технологий product placement и ambient marketing	1	
	3. Заполнить таблицу Наружная и немедийная реклама	1	
Тема 2.4.5 Рекламные технологии в сети Интернет	Содержание	8	
	1. Рекламные технологии в сети Интернет	1	2
	2. Рекламные технологии в сети Интернет	1	2
	3. Виды Интернет-рекламы: медийная, контекстная и геоконтекстная	1	2
	4. Виды Интернет-рекламы: медийная, контекстная и геоконтекстная	1	2
	5. Product placement в Интернете	1	2
	6. Интернет-рассылки. Поисковая оптимизация. Всплывающие окна.	1	2
	7. Электронные доски объявлений.	1	2
	8. Регистрация в каталогах. Участие в рейтингах	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 5 Закон о рекламе, анализ рекламной продукции, нарушивших закон о рекламе	1	
	№ 6 Закон о рекламе, анализ рекламной продукции, нарушивших закон о рекламе	1	
	Самостоятельная работа	3	
	1. Составить глоссарий по теме Рекламные технологии в сети Интернет	1	
	2. Составить глоссарий по теме Виды Интернет-рекламы	1	
	3. Придумать Интернет-рекламу для вымышленного товара	1	
Тема 2.4.6 Медиапланирование в	Содержание	8	
	1. Медиапланирование в рекламной практике: базовые понятия, целевые аудитории	1	2
	2. Медиапланирование в рекламной практике: базовые понятия, целевые аудитории	1	2

рекламной практике	3. Основные показатели. стратегия и тактика, бюджет, медиаплан	1	2
	4. Основные показатели. стратегия и тактика, бюджет, медиаплан	1	2
	5. Правила расчета основных показателей медиаплана.	1	2
	6. Правила расчета основных показателей медиаплана.	1	2
	7. Оптимизация медиаплана по заданным параметрам	1	2
	8. Фокус группа по рекламной кампании	1	2
	Самостоятельная работа	3	
	1. Рассчитать показатели медиаплана	1	
	2. Рассчитать показатели медиаплана	1	
	3. Составить глоссарий по теме Медиапланирование в рекламной практике	1	
Тема 2.4.7 Управление комплексом интегрированных коммуникаций.	Содержание	8	
	1. Управление комплексом интегрированных коммуникаций	1	2
	2. Управление комплексом интегрированных коммуникаций	1	2
	3. Основные понятия и обоснование необходимости использования комплекса интегрированных коммуникаций	1	2
	4. Основные понятия и обоснование необходимости использования комплекса интегрированных коммуникаций	1	2
	5. Отличие ИК и ИМК	1	2
	6. Отличие ИК и ИМК	1	2
	7. Элементы ИК: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование сбыта	1	2
	8. Элементы ИК: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование сбыта	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 7 Целесообразность, ожидаемый эффект использования интегрированных коммуникаций в низкобюджетной рекламной кампании	1	
	№ 8 Целесообразность, ожидаемый эффект использования интегрированных коммуникаций в низкобюджетной рекламной кампании.	1	
	Самостоятельная работа	5	
	1. Найти по материалам профессиональных периодических изданий «Практика рекламы» современные примеры использования ИК в деятельности российских и	1	

	зарубежных компаний		
	2. Найти по материалам профессиональных периодических изданий «Индустрия рекламы» современные примеры использования ИК в деятельности российских и зарубежных компаний	1	
	3. Найти по материалам профессиональных периодических изданий «Рекламные технологии» современные примеры использования ИК в деятельности российских и зарубежных компаний	1	
	4. Выполнить маркировку лекционного материала Управление комплексом интегрированных коммуникаций	1	
	5. Выполнить маркировку лекционного материала Управление комплексом интегрированных коммуникаций	1	
Тема 2.4.8 Коммуникационная кампания	Содержание	6	
	1. Коммуникационная кампания: типология, основные этапы, оценка эффективности.	1	2
	2. Коммуникационная кампания: типология, основные этапы, оценка эффективности.	1	2
	3. Сферы реализации, продолжительность, целевая аудитория. Стратегия и тактика.	1	2
	4. Сферы реализации, продолжительность, целевая аудитория. Стратегия и тактика.	1	2
	5. Бизнес-кампании, кампании для СМИ, персонала, маркетинговые	1	2
	6. Бизнес-кампании, кампании для СМИ, персонала, маркетинговые	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 9 Разработка коммуникационной кампании	1	
	№ 10 Разработка коммуникационной кампании	1	
	Самостоятельная работа	5	
	1. Охарактеризовать реальную коммуникационную кампанию по изученным параметрам	1	
	2. Охарактеризовать реальную коммуникационную кампанию по изученным параметрам	1	
	3. Составить глоссарий Коммуникационная кампания	1	
4. Составить глоссарий Коммуникационная кампания	1		
5. Составить глоссарий Бизнес-кампании	1		

Тема 2.4.9 Рекламное сообщение и PR- текст.	Содержание	6	
	1. Характеристика рекламного и PR-сообщений.	1	2
	2. Характеристика рекламного и PR-сообщений.	1	2
	3. Аспекты восприятия. Рекламный блок в РС. Вербальный и визуальный уровни составления РС.	1	2
	4. Аспекты восприятия. Рекламный блок в РС. Вербальный и визуальный уровни составления РС.	1	2
	5. Классификация PR-текстов	1	2
	6. Классификация PR-текстов	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 11 Разработка рекламной листовки PR- сообщения	1	
	№ 12 Разработка рекламной листовки PR- сообщения	1	
	Самостоятельная работа	5	
	1. Создать рекламное сообщение об образовательном учреждении для публикации в печатном СМИ	1	
	2. Создать рекламное сообщение об образовательном учреждении для публикации в печатном СМИ	1	
	3. Составить глоссарий по теме Характеристика рекламного и PR-сообщений.	1	
4. Составить глоссарий по теме Характеристика рекламного и PR-сообщений.	1		
5. Составить глоссарий по теме Классификация PR-текстов	1		
Тема 2.4.10 Технологии и способы создания бренда	Содержание	4	
	1. Брендинг. Понятия «бренд», «брендинг».	1	2
	2. Виды брендинга, правила и этапы формирования бренда.	1	2
	3. Технологии и способы создания бренда	1	2
	4. Технологии и способы создания бренда	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 13 Анализ бренда. Выбрать известный бренд (российский). Определить технологии и инструментарий бренда.	1	
	№ 14 Анализ бренда. Выбрать известный бренд (российский). Определить технологии и инструментарий бренда.	1	
	Самостоятельная работа	5	

	1. Найти примеры брендбуков российских компаний и описать основные элементы.	1	
	2. Найти примеры брендбуков российских компаний и описать основные элементы.	1	
	3. Составить глоссарий по теме Бренддинг	1	
	4. Составить глоссарий по теме Бренддинг	1	
	5. Составить глоссарий по теме Виды бренддинга	1	
Тема 2.4.11 Реклама, связи с общественностью, маркетинг в социальной сфере	Содержание	4	
	1. Особенности политической коммуникации в современном обществе.	1	2
	2. Особенности политической коммуникации в современном обществе.	1	2
	3. Реклама, связи с общественностью, маркетинг в социальной сфере.	1	2
	4. Реклама, связи с общественностью, маркетинг в социальной сфере.	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 15 Социальная реклама как способ создания социально одобряемого и не одобряемого действия. Отличие социальной рекламы от просвещения. агитации.	1	
	№ 16 Социальная реклама как способ создания социально одобряемого и не одобряемого действия. Отличие социальной рекламы от просвещения. агитации.	1	
	Практическое занятие	2	
	№ 17 Формы политической рекламы: зависимость от этапов избирательной кампании и электоральных групп. Соотношение этики и эффективности политической деятельности	1	
	№ 18 Формы политической рекламы: зависимость от этапов избирательной кампании и электоральных групп. Соотношение этики и эффективности политической деятельности	1	
	Самостоятельная работа	3	
	1. Составить по пройденному материалу таблицу отличий социальной и политической рекламы от пропаганды и агитации	1	
2. Составить по пройденному материалу таблицу отличий социальной и политической рекламы от пропаганды и агитации	1		
3. Составить глоссарий по теме Особенности политической коммуникации	1		
Тема 2.4.12 Современные коммуникационные стратегии и технологии	Содержание	6	
	1. Современные коммуникационные стратегии и технологии. Стратегии рационального (родовая, преимущества, УТП, позиционирования) и проекционного (имидж марки, резонанс, аффективная) типа	1	2
	2. Современные коммуникационные стратегии и технологии. Стратегии	1	2

	рационального (родовая, преимущества, УТП, позиционирования) и проекционного (имидж марки, резонанс, аффективная) типа.		
	3. Формула и выбор стратегии	1	2
	4. Формула и выбор стратегии	1	2
	5. Современные технологии создания и распространения рекламы	1	2
	6. Современные технологии создания и распространения рекламы	1	2
	Практическое занятие	2	
	№ 19 Современные рекламные технологии Нестандартные рекламные носители.	1	
	№ 20 Технологии интерактивного взаимодействия с потребителем	1	
	Самостоятельная работа	2	
	1. Подготовить доклад о креативных рекламных стратегиях. По материалам Интернет-сайтов marketing.spb.ru, www.advesti.ru, www.reclamesecret.com	1	
	2. Подготовить доклад о креативных рекламных стратегиях. По материалам Интернет-сайтов marketing.spb.ru, www.advesti.ru, www.reclamesecret.com	1	
	Учебная практика	324	
	Виды работ: Создание и оформление простых текстов рекламных объявлений с применением современных рекламных технологий Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя Использование информационных технологий для обработки текстовой информации Использование рекламы в печатных СМИ Рекламные технологии в сети Интернет Рекламное сообщение и PR Продвижение рекламного продукта с применением коммуникационных технологий		
	Производственная практика	216	
	Виды работ: Использование современной оргтехники Оформление договорной и финансовой документации Ведение переговоров. Создание и оформление простых текстов рекламных объявлений с применением современных рекламных технологий		

	Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя Создание и оформление простых текстов рекламных объявлений с применением современных рекламных технологий Использование информационных технологий для обработки текстовой информации. Использование рекламы в печатных СМИ Рекламные технологии в сети Интернет Рекламное сообщение и PR Продвижение рекламного продукта с применением коммуникационных технологий		
	Всего	1250	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

- профессиональных дисциплин.

Лаборатории:

- информационных и коммуникационных технологий;

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:

профессиональных дисциплин и права социального обеспечения:

- посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- учебно-методические комплексы

- наглядные пособия

Технические средства обучения:

- компьютеры

- проектор

- сеть Интернет

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Реклама. Управленческий аспект. Учебное пособие для СПО, Нархов Д.Ю.,

Нархова Е.Н. Ответственный редактор Серова Н.Б., 2019

2. Н.С. Косиненко, И.Г. Фризен. Информационные технологии в профессиональной деятельности

Интернет-ресурсы:

<http://www.garant.ru/> - Информационно-правовой портал «Гарант»

<http://www.consultant.ru/> - Компания «КонсультантПлюс»

<http://www.adme.ru> - Рекламный портал AdMe («ЭдМи»)

<http://www.artpatent.ru/ru/> - Авторское агенство «АртПатентъ»

<http://www.elk-marketing.ru/> - ELK-MARKETING. Блог о маркетинге. Новости, проблемы, понятия мира маркетинга и рекламы.

<http://www.media-planning.ru> Медиапланирование.RU: каталог агентств, статьи, исследования, программы

<http://www.neoflag.ru> - Рекламно-производственная компания полного цикла ООО «Новые Формы Рекламы»

<http://www.rada-reklama.ru> - Рекламное агентство полного цикла "РАДА-Реклама"

<http://www.inventech.ru/lib/reklama/> Центр Креативных Технологий

<http://linux.armd.ru> – Пакет свободного ПО для образовательных учреждений России

<http://hear.altlinux.ru> – Образовательные проекты

<http://www.intuit.ru> – Интернет Университет Информационных технологий

<http://www.twirpx.com/file/15689> - Русский язык и культура речи

www.ege.ru Базовые тесты по предметам; инструкции по подготовке и участию выпускников ОУ.

www.gramota.ru - Справочно-информационный портал "ГРАМОТА"

www.school.edu.ru. – Российский общеобразовательный портал

Дополнительные источники:

1. Англо-русский словарь по информационным технологиям = English-Russian dictionary of information technology: 60 000 терминов / сост.

С. Б. Орлов. - 4-е изд., стер. - М.: РадиоСофт, 2017. - 640 с.

2. Румянцева, Е.Л. Информационные технологии: учебное пособие / Е.Л. Румянцева. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. - 256 с.

3. Филимонова, Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебник / Е.В. Филимонова. - Ростов н/Д: Феникс, 2018. - 382 с.

4. Введенская, Л.А., Черкасова, М.Н. Русский язык и культура речи: учеб. пособие / Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова. – Ростов н/Д: Феникс, 2016. – 384 с.

5. Дмитриева, Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / Л.М. Дмитриева.- М.: Экономистъ, 2017.- 639 с.

6. Курдюкова, Л.А. Литературное редактирование для PR- специалистов учебное пособие / Л.А. Курдюкова.- Балашиха: Де-По, 2019.-216 с.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Основная профессиональная образовательная программа обеспечивается учебно-методическими комплексами (УМК): лекционным материалом, методическими указаниями по проведению практических, семинарских занятий, методическими рекомендациями по выполнению самостоятельной работы, контрольно-измерительными материалами. Для формирования профессиональных компетенций, для укрепления и развития мотивации на занятиях применяются активные методы обучения: средства ИКТ, метод проектов, анализ проблемных ситуаций, использование дидактических материалов с занимательным содержанием. Выбор метода активного обучения определяется дидактической задачей занятия.

Студенты имеют доступ к сети Интернет и библиотечному фонду. Образовательное учреждение предоставляет обучающимся возможность работы со справочно-правовыми системами и специальными программными продуктами.

При реализации профессионального модуля предусматривается учебная практика.

Учебная практика проводится на базе ОУ. Освоению профессионального модуля предшествует изучение следующих дисциплин: основы права, деловая культура, основы бухгалтерского учёта, безопасность жизнедеятельности.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой наличие высшего профессионального или среднего – профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля.

Инженерно-педагогический состав: наличие высшего профессионального или среднего – профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1 – го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК.02.01 Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта	- знает основные виды производства рекламного продукта; - умеет взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения	Фронтальный устный опрос; игровое Моделирование «Переговоры с рекламными агентствами»
ПК 02.02 Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.	- знает правила составления текстов рекламных объявлений - умеет создавать и оформлять простые тексты рекламных объявлений - использует информационные технологии для составления и оформления рекламных объявлений.	Индивидуальный устный опрос; творческое (конструктивное) задание - создание, редактирование рекламных текстов
ПК 02.03 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя	- знает направления рекламной работы; - знает требования к	Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта

	содержанию рекламной информации: - разрабатывает рекламную кампанию.	
ПК.02.04 Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	- знает средства информационно-коммуникационного обеспечения рекламной деятельности; - умеет использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	Комбинированный опрос; ситуативное задание. Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта
ПК.02.05 Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.	- знает основные средства компьютерной обработки информации; - умеет использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации	Комбинированный опрос; решение профессиональной задачи. Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.
ПК.02.06 Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы	- знает применяемые средства рекламы; - умеет взаимодействовать со СМИ по вопросам размещения рекламы	Тестирование; ролевая игра «Взаимодействие со СМИ»
ПК. 02.07 Владеть простыми приемами создания и обработки изображений	- знает основы цифровой фотографии; - использует информационные технологии для получения и обработки графической информации	Индивидуальный опрос; ситуативное задание - создание и обработка изображений

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений

Общие компетенции	Основные показатели оценки результатов	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК.1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	1. Демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; 2. Демонстрирует устойчивый интерес к будущей профессии 3. Качественно выполняет профессиональную деятельность 4. Применяет знания на практике	- Накопительное оценивание; - Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися
ОК.2 Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов её достижения, определенных руководителем.	1. Понимает суть профессиональных задач; 2. Выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; 3. Умеет формулировать цель и задачи	- Экспертная оценка практической работы

	<p>предстоящей профессиональной деятельности:</p> <p>4. Умеет представить конечный результат деятельности в полном объеме</p>	
<p>ОК.3 Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы</p>	<p>1. Умеет определять проблему в профессионально ориентированных ситуациях;</p> <p>2. Умеет планировать поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносить коррективы, контролировать ситуацию;</p> <p>3. Отвечает за принятое решение</p>	<p>- Экспертная оценка выполнения предпринимаемых действий по решению проблемы (инструкция)</p>
<p>ОК.4 Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач</p>	<p>1. Извлекает и анализирует информацию из различных источников;</p> <p>2. Владеет способами поиска и анализа информации;</p> <p>3. Умеет самостоятельно работать с информацией;</p> <p>4. Умеет пользоваться словарями, справочной литературой;</p>	<p>- Интерпретация результатов деятельности обучающихся при анализе информации</p>
<p>ОК. 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>1. Понимает области применения различных компьютерных программ;</p> <p>2. Владеет элементарными компьютерными навыками;</p> <p>3. Работает с информационными справочно-правовыми системами</p> <p>4. Выбирает компьютерную программу в соответствие с решаемой задачей</p> <p>5. Использует ПО для решения профессиональных задач;</p> <p>6. Пользуется электронной почтой, ресурсами локальных и глобальных информационных сетей</p>	<p>- Экспертная оценка защиты проекта</p>
<p>ОК.6 Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами</p>	<p>1. Использует конструктивные способы общения с коллегами, руководством, клиентами;</p> <p>2. Грамотно ставит и задает вопросы;</p> <p>3. Координирует свои действия с другими участниками общения;</p> <p>4. Контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение;</p> <p>5. Умеет воздействовать на партнера общения и др.</p> <p>6. Понимает общие цели.</p>	<p>- Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в процессе тренинга</p>