

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ  
«КРАСНОДАРСКИЙ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА  
базовой подготовки  
по специальности СПО  
**42.02.01 Реклама**

Квалификация: специалист по рекламе  
Форма обучения - очная  
Нормативный срок освоения ППССЗ: 3 года 10 мес.  
Профиль получаемого профессионального  
образования: гуманитарный

Согласовано  
работодателями

Утверждена  
директор ГБПОУ КК КАСТ  
Хабаров А.П.  
« 03 » июля 2015 г.

Директор  
ООО «Арт-Дизайн»  
студия авторского дизайна  
« 03 » июля 2015 г.  
«Арт-Дизайн» Е.А. Глушак

Арт-директор  
ООО «Platzkart»  
« 03 » июля 2015 г.  
«Platzkart» В.А. Подкопаев

Директор  
ООО «Ананенко»  
Южно-российский центр рекламы «Краснодар»  
« 03 » июля 2015 г.  
«Ананенко» А.А. Ананенко

Рассмотрена  
на заседании педагогического совета  
протокол № 7 от 3 июля 2015 г.  
Секретарь Е.Д. Дроздова

Основная профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования программа подготовки специалистов среднего звена разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама» (приказ № 510 от 12 мая 2014 г. зарегистрирован в Минюст России N32859 от 26 июня 2014 г.), укрупненная группа 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело. С учетом требований ФГОС СОО (приказ Минобрнауки №413 от 17.05.2012г., зарегистрировано в Минюсте РФ 07.06.2012г. № 24480).

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Краснодарский архитектурно-строительный техникум»

Разработчики:

Заместитель директора по УР, Артюшкова Л.М.

Методист, Дроздова Е.Д.

Зав.отделения «Архитектура», Богданова Е.Ю.

Преподаватель графических дисциплин, Рехерт З.А.

Преподаватель графических дисциплин, Доценко С.В.

Преподаватель социально-экономических и гуманитарных дисциплин, Тищенко В.Л.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>СОДЕРЖАНИЕ</b>	<b>стр.</b>
<b>1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА</b>	<b>4</b>
<b>2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДГОТОВКИ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ</b>	<b>6</b>
<b>3. РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН</b>	<b>7</b>
<b>4.ОБОСНОВАНИЕ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ ОПОП ППССЗ</b>	<b>10</b>
<b>5. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ И ПРАКТИК</b>	<b>20</b>
<b>6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОПОП ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА</b>	<b>22</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	

# **1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

## **1.1. Характеристика профессиональной деятельности выпускников**

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

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

## **1.2. Требования к результатам освоения ОПОП ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

В результате освоения программы подготовки специалистов среднего звена, обучающиеся должны овладеть следующими основными видами профессиональной деятельности (ВПД), общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями.

### **Общие компетенции**

<b>Код</b>	<b>Наименование общих компетенций</b>
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

## Основные виды профессиональной деятельности и профессиональные компетенции

Код	Наименование видов профессиональной деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВПД 1</b>	Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
<b>ВПД 2</b>	Производство рекламной продукции.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
<b>ВПД 3</b>	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
<b>ВПД 4</b>	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
<b>ВПД 5</b>	Выполнение работ по рабочей профессии 20032 Агент рекламный.
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком
ПК 5.3	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
ПК 5.4	Вести переговоры с заказчиками

## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДГОТОВКИ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

### **2.1. Нормативные сроки освоения программы**

Нормативный срок освоения программы при очной форме получения образования:  
– на базе основного общего образования – 3 года и 10 мес.

### **2.2. Требования к абитуриентам**

- Аттестат об основном общем образовании;
- Документ, подтверждающий личность;
- Правила приема ГБПОУ КК КАСТ

### **2.3. Рекомендуемый перечень возможных сочетаний профессий рабочих, должностей служащих по Общероссийскому классификатору профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОК016-94):**

Код по Общероссийскому классификатору профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОК016-94)	Наименование профессий рабочих, должностей служащих
1 20032	2 Агент рекламный

**3. РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН** по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама

Программа подготовки специалистов среднего звена  
базовой подготовки

Квалификация: Специалист по рекламе  
Форма обучения – очная

Нормативный срок обучения на базе  
основного общего образования - 3 года 10 месяцев

Индекс	Элементы учебного процесса, в т.ч. учебные дисциплины, профессиональные модули, междисциплинарные курсы	Время в неделях	Макс. учебная нагрузка обучающегося, час.	Обязательная учебная нагрузка			Рекомендуемый курс изучения
				Всего	В том числе		
					лаб.и практ. Занятий	курс. работа (проект)	
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>О.00</b>	<b>Общеобразовательный цикл</b>		<b>2106</b>	<b>1404</b>	<b>371</b>		
<b>ОУДб.00</b>	<b>Базовые общеобразовательные дисциплины</b>		<b>1399</b>	<b>933</b>	<b>387</b>		
ОУДб.02	Иностранный язык		176	117	117		1
ОУДб.03	Обществознание (вкл.экономику и право)		215	143			1
ОУДб.04	Математика:алгебра и начала математического анализа		234	156	32		1
ОУДб.05	Информатика и ИКТ		117	78	45		1
ОУДб.06	География		108	72	14		1
ОУДб.07	Естествознание		162	108	16		1
ОУДб.08	Физическая культура		176	117	115		1
ОУДб.09	ОБЖ		104	70	26		1
ОУДб.10	Экология		54	36			
ОУДб.11	Кубановедение		53	36			
<b>ОУДп.00</b>	<b>Профильные общеобразовательные дисциплины</b>		<b>707</b>	<b>471</b>			
ОУДп.12	Русский язык и литература		473	315			1
ОУДп.13	История		234	156			1
<b>ОГСЭ. 00</b>	<b>Общий гуманитарный и социально-экономический цикл</b>		<b>784</b>	<b>440</b>	<b>420</b>		
ОГСЭ.01	Основы философии		82	48	34		2
ОГСЭ.02	История		82	48	44		2
ОГСЭ.03	Иностранный язык		276	172	172		2-4
ОГСЭ.05	Физическая культура		344	172	172		2-4
<b>ЕН.00</b>	<b>Математический и</b>		<b>147</b>	<b>139</b>	<b>60</b>		

	<b>общий естественнонаучный цикл</b>						
ЕН.01	Математика		43	40	30		2
ЕН.02	Экологические основы природопользования		34	32	0		2
ЕН.03	Информатика		70	67	30		2
<b>П.00</b>	<b>Профессиональный цикл</b>		<b>3718</b>	<b>2517</b>	<b>1272</b>	<b>190</b>	
<b>ОП.00</b>	<b>Общепрофессиональные дисциплины</b>		<b>1237</b>	<b>838</b>	<b>490</b>		
ОП.01	Рисунок с основами перспективы		333	230	200		2-3
ОП.02	Живопись с основами цветоведения		342	232	200		2-3
ОП.03	История изобразительного искусства		81	54	14		2
ОП.04	Экономика организации		46	32	14		4
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности		102	68	22		2
ОП.06	Стандартизация и сертификация		66	44	8		2
ОП.07	Сервисная деятельность		48	32	4		4
ОП.08	Психология рекламы		102	68	8		2-3
ОП.09	Документационное обеспечение профессиональной деятельности		51	34	8		4
ОП.10	История рекламы		66	44	12		2
ОП.11	Основы бюджетной грамотности		46	36	12		4
<b>ПМ.00</b>	<b>Профессиональные модули</b>		<b>2468</b>	<b>1679</b>	<b>782</b>	<b>190</b>	
<b>ПМ.01</b>	<b>Разработка и создание дизайнера рекламной продукции</b>		<b>505</b>	<b>339</b>	<b>154</b>	<b>50</b>	
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта		229	153	100	30	2-3
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта		276	186	54	20	2-3
<b>ПМ.02</b>	<b>Производство рекламной продукции</b>		<b>1430</b>	<b>968</b>	<b>544</b>	<b>120</b>	
МДК 02.01	Выполнение рекламных проектов в материале		446	298	140	60	2-4
МДК 02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа		447	304	120	60	2-4
МДК 02.03	Техника и технологии рекламной фотографии		300	204	164		2-4
МДК 02.04	Техника и технологии		237	162	120		3-4



	рекламного видео						
<b>ПМ.03</b>	<b>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>		<b>208</b>	<b>144</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	
МДК 03.01	Маркетинг в рекламе		160	112	14	20	4
МДК 03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности		48	32	10		4
<b>ПМ.04</b>	<b>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (продукта)</b>		<b>236</b>	<b>160</b>	<b>40</b>		
МДК 04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		236	160	40		4
<b>ПМ.05</b>	<b>Выполнение работ по рабочей профессии 20032 Агент рекламный</b>		<b>102</b>	<b>68</b>	<b>20</b>		
МДК.05.01	Организационная деятельность по работе с заказчиком		102	68	20		2
	<b>Всего часов обучения по циклам ППССЗ</b>		<b>6750</b>	<b>4284</b>	<b>2123</b>	<b>190</b>	
<b>УП.00.</b> <b>ПП.00.</b>	<b>Учебная практика Производственная практика (практика по профилю специальности)</b>	<b>23</b>		<b>828</b>			2-4
<b>ПДП.00</b>	<b>Производственная практика (преддипломная практика)</b>	<b>4</b>					4
<b>ПА.00</b>	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>7</b>					
<b>ГИА.00</b>	<b>Государственная (итоговая) аттестация</b>	<b>6</b>					
ГИА.01	Подготовка выпускной квалификационной работы	4					
ГИА.02	Защита выпускной квалификационной работы	2					
<b>ВК.00</b>	<b>Время каникулярное</b>	<b>34</b>					
	<b>Итого</b>	<b>199</b>					

#### **4. ОБОСНОВАНИЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ**

Инвариантная часть составляет 2168 часов, вариативная часть составляет 928 часов.

Распределение объёма часов вариативной части по учебным дисциплинам и профессиональным модулям выполнено в соответствии с требованиями Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов, служащих и Общероссийского классификатора видов экономической деятельности. В анкетировании и диспуте за круглым столом участвовали работодатели и специалисты следующих организаций: КМТО «ТО Премьера», ООО «Кубань-реклама», Полиграфическое объединение «Плехановец».

Краткая характеристика предприятий.

КМТО «ТО Премьера». Основной вид деятельности: организация и проведение концертных программ. Отделы и службы: рекламно-издательский отдел; служба по театральной и концертной деятельности; служба по проведению специальных мероприятий и работе с корпоративными клиентами; служба по организации выездной и гастрольной работы; пресс-служба.

ООО «Кубань-реклама». Основной вид деятельности: широкоформатная печать; услуги полиграфии; наружная реклама; реклама на транспорте. Направление: средства массовой информации; рекламные агентства. Подкатегории: наружная реклама; полиграфия; реклама на транспорте; рекламные агентства; широкоформатная печать.

Полиграфическое объединение «Плехановец». Основной вид деятельности: офсетная печать. Направление: средства массовой информации; рекламные агентства. Подкатегории: полиграфия.

В блоке общепрофессиональных дисциплин введены новые учебные предметы в объеме 262 часов.

ОП.06 Стандартизация и сертификация в рекламе 44, так как специалист по рекламе должен знать нормативные документы выполнения печатной рекламной продукции и уметь пользоваться ГОСТами, стандарты обслуживания для определения показателей качества продукции и методов их оценки.

ОП.07 Сервисная деятельность 36 часа, так как студент должен владеть знаниями по теоретическому обоснованию потребительских услуг в рекламной деятельности, знать организационную структуру современного сервиса, иметь понятие о современных технологиях.

ОП.08 Психология рекламы 68 часов, так как специалист по рекламе должен знать общетеоретические проблемы психологии в рекламе, владеть приемами ее воздействия в формировании рекламных образов, владеть методами психоанализа рекламы и формировать свою коммуникативную компетентность.

ОП.09 Документационное обеспечение профессиональной деятельности 34 часа, так как специалист по рекламе должен знать государственные стандарты унифицированной системы документации с использованием современных средств автоматизации, процессов документационного обеспечения профессии.

ОП.10 Психология рекламы 44 часа, так как студенты должны знать основные понятия истории развития и требования к рекламе, виды рекламной деятельности, структуру рекламного рынка, владеть навыками оценки эффективности рекламы, анализировать коммуникативные аспекты в рекламной деятельности.

ОП.11 Основы бюджетной грамотности – 36 часов. Бюджетная грамотность студента способствует получению навыков планирования семейного бюджета, оптимизации сбережений, защите от мошеннических действий в области финансов.

Вариативная часть по профессиональным модулям составляет 670 часов и распределена следующим образом:

В ПМ.01 МДК.01.01 добавлена новая тема

- «Основы композиции» в объеме 71 час, так как, изучив законы и средства композиции на плоскости и в рельефе, студент приобретает навыки рекламного моделирования, осваивает графические техники трансформации объема, оптических иллюзий и цветовых гармоний, получает первые навыки художественного проектирования рекламного продукта и развивает художественную компетенцию специалиста по рекламе.

В состав МДК.01.02 внесен «Рекламный текст» в объеме 34 часа, так как рекламный текст рассматривается как основная составляющая рекламной деятельности. Студент, изучив художественно изобразительные средства речи, семиотику и стилистику рекламного текста, должен освоить специфику языка аудиторной, визуальной и печатной рекламы и развить навыки в профессиональном составлении рекламных текстов.

По модулю ПМ.02 в МДК.02.01 внесены две темы.

- «Наружная реклама» 96 часов, так как студент должен освоить комплекс навыков необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта. Студенты должны научиться оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламы. Специалист по рекламе должен владеть методами художественного оформления и технологиями разработки рекламного продукта в различных видах наружной рекламы и средствах массовой информации

- «Полиграфический дизайн» в объеме 64 часа, так как является одним из основных видов рекламной деятельности. Студент должен освоить технологию разработки фирменного стиля, товарного знака, разработку и оформление печатной продукции (книга, журнал, газета, буклет), сувенирной рекламной продукции, упаковки. В процессе изучения данного предмета у студента формируются навыки профессионального графического сопровождения имиджевой компании.

В МДК.02.02 включены новые темы:

-«Техника презентации» 34 часа;

- «Компьютерная анимация» 32 часа;

-«Компьютерная обработка растровой графики» 32 часа;

-«Дизайн интернет страниц» 64 часа;

Изучение программного материала должно способствовать развитию и формированию у студентов творческих навыков и умений. Освоение первичных навыков грамотного и целесообразного использования компьютерных технологий в рекламной деятельности, современных методов обработки и редактирования графической информации, является составляющей частью профессиональной компетенции специалиста по рекламе.

В МДК.02.03 внесены 2 темы:

- «Основы фотографии» 44 часа, так как на материале этой темы студенты приобретают начальные навыки обращения с фотоаппаратурой, изучают фотоаппарат и его устройство, методику подготовки и проведения фотосъемки. Специалист по рекламе должен уметь самостоятельно выполнять качественные фотографии для реализации своей творческой концепции рекламного продукта.

- «Композиция в рекламной фотографии» 32 часа, так как выполнение разных видов фотосъемки требует применения разнообразных композиционных приемов и средств выразительности. Знания полученные при изучении этих тем являются основными для осознанного и углубленного освоения студентами практики для получения первичных профессиональных навыков по фотосъемке.

В состав МДК.02.04 вошли три темы.

- «Основы видеосъемки» 32 часа

- «Режиссура рекламного видео» 32 часа

- «Видеомонтаж и обработка звука» 42 часа

Основы видеосъемки являются базовым курсом по получению первичных навыков видеосъемки и устройству видеоаппаратуры. Студенты должны овладеть навыками практической режиссуры и сценарного мастерства в целях использования их в рекламной деятельности, знать основополагающие элементы составления сценария в рекламной деятельности. Специалист по рекламе должен уметь грамотно излагать свой творческий замысел рекламы, и практически осуществлять его в видеоролике, находить соответствующие замыслу, технические решения в видеомонтаже и звукозаписи.

В состав МДК.03.01 Внесена тема «Паблик рилейшнз» в объеме 12 часов. Студент должен знать социально-психологические основы, модели инструментарий пиар деятельности, методы воздействия на потребителей рекламы, уметь управлять коммуникационными потоками и решать профессиональные задачи коммуникативной организации рекламной деятельности.

ПМ.04 состоит из одного МДК.04.01, в состав которого внесена тема «Основы предпринимательства в рекламе» объеме 22 часа, так как студент должен освоить навыки по составлению стратегического и тактического планирования в рекламе, организация мотивации и контроля, изучить систему методов управления и принятия решений. Данные знания и навыки способствуют выработке индивидуального подхода к рекламной деятельности и профессиональной успешности специалиста по рекламе.

ПМ.05 так же состоит из одного МДК.05.01 и является программой освоения рабочей профессии 20032 Агент рекламный согласно классификатору рабочей специальности СПО. В его состав входит тема «Организация рекламного

бизнеса» в объеме 27 часов. При изучении этой темы студент должен изучить нормативные правовые акты, инструкции по видам торговой деятельности, основы организации рекламной деятельности, требования потенциальных покупателей, основы организации связи со средствами массовой информации, агент рекламной должен освоить приемы и методы делового общения и ведения переговоров, основы психологии потребителя, правила трудового распорядка и охраны труда.

Полученные знания и навыки должны быть закреплены во время практики на получение рабочей профессии.

Индекс	Наименование циклов (раздела), требования к знаниям, умениям, практическому опыту	Всего максимальной учебной нагрузки обучающегося, час.	Обязательная учебная нагрузка, час.	Документ, подтверждающий обоснование вариативной части
1	2	3	4	
<b>П.00</b>	<b>Профессиональный цикл</b>	<b>1372</b>	<b>928</b>	
<b>ОП.00</b>	<b>Общепрофессиональный цикл</b>	<b>424</b>	<b>262</b>	
ОП.01	Рисунок с основами перспективы <b>знать:</b> <i>-композиционное решение предметов постановки относительно формата листа.</i>	20		Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии
ОП.02	Живопись с основами цветоведения <b>знать:</b> <i>-основные правила получения гармоничного сочетания цветов.</i>	25		
ОП.03	История изобразительного искусства <b>знать:</b> <i>-характерные особенности стилевых направлений</i>	6		
ОП.06	В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине <u>«Стандартизация и сертификация»:</u> <b>уметь:</b> <i>- работать с рекламой в средствах массовой информации;</i> <i>-проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.</i>	66	44	Анкета от работодателей, решение заседания круглого стола с работодателями (протокол № 1 от

	<p><b>знать:</b>  -основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.</p>			25.06.2013)
ОП.07	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине <u>«Сервисная деятельность»:</u></p> <p><b>уметь:</b>  - выполнять работу в пределах поставленной задачи;  - использовать теоретические знания в профессиональной деятельности;  - применять полученные знания при планировании рекламных кампаний предприятий сферы услуг;  - применять на практике основные положения нормативных документов, регулирующих работу предприятий сферы услуг;  - формировать основной пакет услуг для разного вида предприятий сферы обслуживания;  -планировать рекламную кампанию для организаций сферы услуг.</p> <p><b>знать:</b>  - принципы и задачи современного сервиса;  - организационную структуру современного сервиса;  - стандарты обслуживания;  - основные нормативные документы, регулирующие работу предприятия сферы услуг;  - принципы, функции и концепции маркетинга услуг.</p>	48	32	<p>Анкета от работодателей, решение заседания круглого стола с работодателями (протокол № 1 от 25.06.2013);  Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.</p>
ОП.08	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине <u>«Психология рекламы»:</u></p> <p><b>уметь:</b>  - выполнять работу в пределах поставленной задачи;  - использовать теоретические знания в профессиональной деятельности;  - формировать образ товара;  - использовать в рекламном тексте техники манипулирования;  - анализировать эффективность психологического воздействия рекламы;  -разрабатывать рекламные сообщения в соответствии с особенностями психологического воздействия.</p> <p><b>знать:</b></p>	102	68	<p>Анкета от работодателей, решение заседания круглого стола с работодателями (протокол № 1 от 25.06.2013);  Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- структурные единицы рекламных текстов различных видов и жанров;</li> <li>- понятие, функции, цели и виды рекламы;</li> <li>- когнитивные, поведенческие и эмоциональные аспекты рекламного воздействия;</li> <li>- структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела;</li> <li>- теорию и методiku психологического анализа рекламы;</li> <li>- основы делового общения;</li> <li>- основы имеджологии.</li> </ul>			
ОП.09	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине <u>«Документационное обеспечение рекламной деятельности»:</u></p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформлять документацию в соответствии с нормативной базой, используя информационные технологии;</li> <li>- осуществлять автоматизацию обработки документов;</li> <li>- осуществлять хранение и поиск документов;</li> <li>- составлять документы, в частности, договоры, с учетом основных положений рекламного законодательства Российской Федерации.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие, цели, задачи и принципы делопроизводства;</li> <li>- основные понятия документационного обеспечения управления;</li> <li>- этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение;</li> <li>- производственную документацию рекламной фирмы;</li> <li>- требования к составлению и оформлению документов;</li> <li>- организацию документооборота: прием, обработку, регистрацию, контроль, хранение документов;</li> <li>- основы договорного и обязательного права.</li> </ul>	51	34	<p>Анкета от работодател ей, решение заседания круглого стола с работодателями (протокол № 1 от 25.06.2013)</p>
ОП.10	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине <u>«История рекламы»:</u></p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнять работу в пределах поставленной задачи;</li> <li>- использовать теоретические знания в профессиональной деятельности;</li> </ul>			<p>Анкета от работодател ей; Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять продуктивные приемы речевого воздействия при разработке рекламного сообщения;</li> <li>- использовать культурные традиции стран для увеличения воздействия рекламы.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- историю развития рекламной деятельности в различных странах;</li> <li>- традиционные способы рекламирования;</li> <li>- цели и виды рекламы в зависимости от эпохи;</li> <li>- истоки формирования понятия «реклама»;</li> <li>- национальные особенности рекламы;</li> <li>- развитие рекламного бизнеса в Краснодарском крае.</li> </ul>			КОМИССИИ
ОП.11	<p>В результате изучения предмета: <u>«Основы бюджетной грамотности»</u> обучающиеся должен <b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные цели социально-экономической политики государства;</li> <li>- экономические свободы граждан;</li> <li>- возможности участия гражданина в укреплении финансовой стабильности государства;</li> <li>- кредит: необходимость, сущность и основные формы;</li> <li>- банки и виды их деятельности;</li> <li>- способы управления кредитными ресурсами;</li> <li>- государственный бюджет и бюджетную политику государства;</li> <li>- причины и следствия возникновения государственного долга;</li> <li>- источники семейных доходов;</li> <li>- семейные расходы и закономерности их изменения;</li> <li>- инфляция и семейная экономика;</li> <li>- фискальную политику государства и виды налогов;</li> <li>- социальное обеспечение и социальная помощь;</li> <li>- забота об окружающей среде, как социально-экономический процесс</li> </ul>	46	36	
<b>ПМ.00</b>	<b>Профессиональные модули</b>	<b>948</b>	<b>670</b>	
<b>ПМ.01</b>	<p>В результате изучения вариативной части профессионального модуля <u>«Разработка и создание дизайна рекламной продукции»</u> обучающийся должен:</p>	<b>141</b>	<b>105</b>	
МДК.01.01	<p><u>«Художественное проектирование рекламного продукта»:</u></p> <p><b>уметь:</b></p>	90	71	Анкета от работодателей;



	<p><i>-осуществлять рекламное моделирование;</i>  <i>-выполнять графические техники трансформации объема, оптических иллюзий и цветовых гармоний;</i>  <i>-выполнять художественного проектирования рекламного продукта;</i>  <i>-выполнять эскизы композиционного решения рекламного продукта;</i>  <i>-обрабатывать иллюстративный материал.</i></p> <p><b>знать:</b>  <i>-законы и средства композиции на плоскости и в рельефе;</i>  <i>-правила использования цвета в декоративной композиции.</i></p>			<p>Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.</p>
МДК.01.02	<p><u>«Разработка творческой концепции рекламного продукта»:</u>  <b>уметь:</b>  <i>- анализировать и обобщать теоретические и прикладные подходы к рекламной деятельности;</i>  <i>- создавать различные компоненты рекламного текста;</i>  <i>- применять продуктивные приемы речевого воздействия при разработке рекламного сообщения;</i>  <i>-разрабатывать товарные знаки и логотипы рекламируемых фирм;</i>  <i>-подбирать составляющие и функциональные носители корпоративного стиля.</i></p> <p><b>знать:</b>  <i>- структурные единицы рекламных текстов различных видов и жанров;</i>  <i>- оптимизирующие рекламные стратегии в различных сферах рекламной деятельности;</i>  <i>- основы суггестивных языковых техник и апеллятивных приемов в рекламном сообщении.</i></p>	51	34	Отчет ГАК;
<b>ПМ.02</b>	<p>В результате изучения вариативной части профессионального модуля <u>«Производство рекламной продукции»</u> обучающийся должен:</p>	<b>762</b>	<b>504</b>	
МДК.02.01	<p><u>«Выполнение рекламных проектов в материале»</u>  <b>уметь:</b>  <i>- составлять слоганы для наружной рекламы;</i>  <i>- разрабатывать визуальную составляющую наружной рекламы;</i></p>	246	160	<p>Анкета от работодател ей;  Протокол №10 от 20.05.14 заседания</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать вид наружной рекламы в соответствии с целями рекламной кампании;</li> <li>-подготавливать иллюстративный материал к печати;</li> <li>-осуществлять верстку печатной продукции.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные требования к наружной рекламе;</li> <li>- виды наружной рекламы;</li> <li>- оборудование и материалы, используемые для наружной рекламы;</li> <li>-основные виды печати</li> </ul>			цикловой комиссии
МДК.02.02	<p>«<u>Проектная компьютерная графика и мультимедиа</u>»:</p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-грамотно и целесообразно использовать компьютерные технологии в рекламной деятельности;</li> <li>-применять современные методы обработки и редактирования графической информации.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-техника презентации;</li> <li>- компьютерная анимация;</li> <li>-компьютерная обработка растровой графики;</li> <li>-дизайн интернет страниц.</li> </ul>	243	162	Отчет ГАК;
МДК.02.03	<p>«<u>Техника и технологии рекламной фотографии</u>»</p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обращения с фотоаппаратурой;</li> <li>- самостоятельно выполнять качественные фотографии для реализации своей творческой концепции рекламного продукта;</li> <li>- применять разнообразные композиционные приемы и средства выразительности;</li> <li>-использовать все виды и возможность студийного фотооборудования;</li> <li>-готовить модель для рекламной фотосъемки.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы фотографии;</li> <li>- устройство фотоаппарата;</li> <li>- методику подготовки и проведения фотосъемки.</li> </ul>	114	76	Анкета от работодателя ей; Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.
МДК.02.04	<p>«<u>Техника и технологии рекламного видео</u>»:</p> <p><b>уметь:</b></p>	159	106	Анкета от работодателя ей;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать режиссуру и сценарное мастерство в рекламной деятельности;</li> <li>- грамотно излагать свой творческий замысел рекламы;</li> <li>- осуществлять свой творческий замысел рекламы в видеоролике;</li> <li>- находить соответствующие замыслу, технические решения в видеомонтаже и звукозаписи;</li> <li>- обращаться с видеоаппаратурой;</li> <li>- выполнять раскадровки сценария;</li> <li>- обрабатывать видеоматериал.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы видеосъемки;</li> <li>- основы режиссуры рекламного видео;</li> <li>- основы видеомонтажа и обработки звука;</li> <li>- устройство видеоаппаратуры;</li> <li>- основополагающие элементы составления сценария в рекламной деятельности.</li> </ul>			<p>Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.</p>
<b>ПМ.03</b>	<p>В результате изучения вариативной части профессионального модуля <u>«Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»</u> обучающийся должен:</p>	<b>18</b>	<b>12</b>	
МДК.03.01	<p><u>«Маркетинг в рекламе»:</u></p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продвигать товар/услугу на рынок;</li> <li>- управлять коммуникационными потоками;</li> <li>- применять специальные технологии PR на практике;</li> <li>- разрабатывать стратегии ценообразования;</li> <li>- планировать рекламные кампании в соответствии с особенностями продукта/услуги.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия и функции PR;</li> <li>- основы коммуникации;</li> <li>- управление кризисами и возможностями;</li> <li>- работу с основными группами общественности;</li> <li>- основные элементы комплекса маркетинга.</li> </ul>	18	12	<p>Анкета от работодател ей;</p> <p>Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии</p>
<b>ПМ.04</b>	<p>В результате изучения вариативной части профессионального модуля <u>«Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</u> обучающийся должен:</p>	<b>65</b>	<b>22</b>	

МДК.04.01	<p>«<u>Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</u>»:</p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять стратегические и тактические планы в рекламе;</li> <li>- применять методы управления и принятия решений на практике;</li> <li>- составлять договор на оказание услуг;</li> <li>- разрешать конфликтные ситуации;</li> <li>- применять методики мотивирования сотрудников.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теории мотивации работников;</li> <li>- виды контроля;</li> <li>- виды организационной структуры предприятий;</li> <li>- законодательную базу, регулирующую отношения между заказчиком и продавцом.</li> </ul>	65	22	Отчет ГАК; Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии
<b>ПМ.05</b>	В результате изучения вариативной части профессионального модуля « <u>Выполнение работ по рабочей профессии 20032 Агент рекламный</u> » обучающийся должен:	<b>40</b>	<b>27</b>	
МДК.05.01	<p>«<u>Организационная деятельность по работе с заказчиком</u>»:</p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы делового общения;</li> <li>- вести переговоры;</li> <li>- соблюдать правила трудового распорядка.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы организации рекламной деятельности;</li> <li>- нормативно-правовые акты;</li> <li>- основы психологии потребителя.</li> </ul>	40	27	Анкета от работодател ей
<b>ИТОГО:</b>		<b>1392</b>	<b>928</b>	

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ И ПРАКТИК

Индекс дисциплины, профессионального модуля, практики по ФГОС	Наименование циклов, разделов и программ	Номер программы в перечне приложения
1	2	3
<b>О.00 Общеобразовательный цикл</b>		
<b>ОУДб.00</b>	<b>Базовые общеобразовательные дисциплины</b>	
ОУДб.02	Иностранный язык	1.1
ОУДб.03	Обществознание (вкл. экономику и право)	1.2
ОУДб.04	Математика: алгебра и начала математического анализа	1.3

ОУДб.05	Информатика и ИКТ	1.4
ОУДб.07	Естествознание	1.5
ОУДб.06	География	1.6
ОУДб.08	Физическая культура	1.7
ОУДб.09	ОБЖ	1.8
ОУДб.10	Экология	1.9
ОУДб.11	Кубановедени	1.10
<b>ОУДп.00</b>	<b>Профильные общеобразовательные дисциплины</b>	
ОУДп.12	Русский язык и литература	1.11
ОУДп.13	История	1.12
<b>ОГСЭ.00 Общий гуманитарный и социально-экономический цикл</b>		
ОГСЭ.01	Основы философии	2.1
ОГСЭ.02	История	2.2
ОГСЭ.03	Иностранный язык	2.3
ОГСЭ.04	Физическая культура	2.4
<b>ЕН.00 Математический и общий естественнонаучный цикл</b>		
ЕН.01	Математика	2.5
ЕН.02	Экологические основы природопользования	2.6
ЕН.03	Информатика	2.7
<b>П.00 Профессиональный цикл</b>		
<b>ОП.00 Общепрофессиональные дисциплины</b>		
ОП.01.	Рисунок с основами перспективы	2.8
ОП.02.	Живопись с основами цветоведения	2.9
ОП.03.	История изобразительного искусства	2.10
ОП.04.	Экономика организации	2.11
ОП.05.	Безопасность жизнедеятельности	2.12
ОП.06.	Стандартизация и сертификация	2.13
ОП.07.	Сервисная деятельность	2.14
ОП.08.	Психология рекламы	2.15
ОП.09.	Документационное обеспечение профессиональной деятельности	2.16
ОП.10.	История рекламы	2.17
ОП,11	Основы бюджетной грамотности	2.18
<b>ПМ.00 Профессиональные модули</b>		
<b>ПМ.01</b>	<b>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>	2.19
<b>ПМ.02</b>	<b>Производство рекламной продукции</b>	2.20
<b>ПМ.03</b>	<b>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>	2.21
<b>ПМ.04</b>	<b>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>	2.22
<b>ПМ.05</b>	<b>Выполнение работ по рабочей профессии 20032 Агент рекламный</b>	2.23
УП.	Учебная практика	2.24
ПП.	Производственная практика	2.25

Программы, перечисленные в перечне, размещены в приложениях.

## **6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММОЙ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

### **6.1. Контроль и оценка освоения основных видов профессиональной деятельности, профессиональных и общих компетенций:**

Оценка качества освоения программы подготовки специалистов среднего звена включает текущий контроль знаний, промежуточную и государственную (итоговую) аттестацию обучающихся и проводится в соответствии с Положением о текущем контроле знаний, промежуточной, предварительной и государственной(итоговой) аттестации обучающихся государственного бюджетного образовательного учреждения среднего профессионального образования «Краснодарский архитектурно-строительный техникум» (утв. 02.11.2013г, протокол №3).

Конкретные формы и процедуры текущего контроля знаний, промежуточной аттестации по каждой дисциплине и профессиональному модулю разрабатываются образовательным учреждением самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП ППССЗ (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств (контрольно-оценочные средства, см. Приложение), позволяющие оценить знания, умения и освоенные компетенции. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации разрабатываются образовательным учреждением самостоятельно, а для государственной (итоговой) аттестации – разрабатываются и утверждаются после предварительного положительного заключения работодателей.

Оценка качества подготовки обучающихся и выпускников осуществляется в двух основных направлениях:

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка компетенций обучающихся.

### **6.2. Требования к выпускным квалификационным работам:**

Обязательным требованием к выпускным квалификационным работам является соответствие тематики выпускной квалификационной работы содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Требования к содержанию и структуре выпускной квалификационной работы определяются образовательным учреждением на основании порядка проведения государственной (итоговой) аттестации выпускников по программам СПО, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, определенного в соответствии со статьей 13 Федерального закона от 29.12.2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

### **6.3. Организация государственной (итоговой) аттестации выпускников:**

Государственная (итоговая) аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы (дипломная работа, дипломный проект).

Необходимым условием допуска к государственной (итоговой) аттестации является отсутствие у обучающихся академической задолженности по учебным дисциплинам и междисциплинарным курсам и прохождение практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности. В том числе выпускником могут быть предоставлены

отчеты о ранее достигнутых результатах, дополнительные сертификаты, свидетельства (дипломы) олимпиад, конкурсов, творческие работы по специальности, характеристики с мест прохождения преддипломной практики.